

medien & *zeit*

Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart

Thema:
Druck- und Digitalmedien
– neu denken

**Zeitung als Selbst-
verständigungsmedium einer
Gesellschaft**

Verschlafener Wandel

**Geschichtsschreibung als
journalistisches
Gemeinschaftsprojekt**

Öffentlichkeit und Sammlung

**Warum wir Zeitschriften
brauchen**

**Die (Geschichts-)Theorien der
Mediengeschichtsforschung
– Ansätze für Typologien**

2/2013

Jahrgang 28

medien & zeit

Inhalt

Zeitung als Selbstverständigungs- medium einer Gesellschaft Plädoyer für die öffentlich-rechtliche Verfasstheit einer Zeitung Alfred J. Noll.....	5
Verschlafener Wandel Medien und das digitale Jammertal Andrea Schaffar & Christian Körber.....	8
Geschichtsschreibung als journalistisches Gemeinschaftsprojekt Partizipation als Perspektive im Print- journalismus am Beispiel der <i>Zeitreisen</i> , der Geschichtsbeilage der <i>Wiener Zeitung</i> Christina Krakovsky & Andrea Reisner.....	24
Öffentlichkeit und Sammlung Über archivgestützte Erschließungsarbeit historischer Filmquellen Thomas Ballhausen.....	36
Warum wir Zeitschriften brauchen Ein Plädoyer für Diskurs und Meinungsvielfalt in der demokratischen Gesellschaft Katja Lüthy.....	44
Die (Geschichts-)Theorien der Mediengeschichtsforschung – Ansätze für Typologien Benjamin Krämer & Philipp Müller.....	53
Rezensionen.....	69

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien,
ZVR-Zahl 963010743
<http://www.medienundzeit.at>

© Die Rechte für die Beiträge in diesem Heft liegen beim
„Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK)“

HerausgeberInnen:

Christina Krakovsky, Fritz Hausjell

Lektorat & Layout:

Christina Krakovsky, Roland Steiner,

Barbara Metzler, Diotima Bertel;

Christina Krakovsky, Irina Pöschl

Redaktion Buchbesprechungen:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Korrespondenten:

Prof. Dr. Hans Bohrmann (Dortmund),

Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin),

Univ.-Prof. Dr. Ed Mc Luskie (Boise, Idaho),

Univ.-Prof. Dr. Arnulf Kutsch (Leipzig),

Prof. Dr. Markus Behmer (Bamberg),

Prof. Dr. Rudolf Stöber (Bamberg)

Druck:

digitaldruck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH

2544 Leobersdorf, Aredstrasse 7

Erscheinungsweise:

medien & zeit erscheint vierteljährlich

Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): 6,50 Euro

Doppelheft (exkl. Versand): 13,00 Euro

Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 22,00 Euro

Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 30,00 Euro

StudentInnenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 16,00 Euro

Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 24,00 Euro

Info und Bestellung unter abo@medienundzeit.at

Bestellung an:

medien & zeit, Währinger Straße 29, 1090 Wien

oder über den gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien

Vorstand des AHK:

Dr. Gaby Falböck (Obfrau),

a.o. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Obfrau-Stv.),

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch (Obfrau-Stv.),

Mag. Christian Schwarzenegger (Obfrau-Stv.),

Mag. Roland Steiner (Geschäftsführer),

Barbara Fischer, Bakk. (Geschäftsführer-Stv.),

Mag. Christina Krakovsky (Schriftführerin),

Arne Sytelä (Schriftführer-Stv.),

Dr. Norbert P. Feldinger (Kassier),

Katriina Janhunen, Bakk. (Kassier-Stv.),

Mag. Bernd Semrad,

Dr. Erich Vogl,

Mag. Klaus Kienesberger,

Dr. Johann Gottfried Heinrich

Editorial

Die Digitalisierung der Medien spaltet die journalistischen und fachwissenschaftlichen Erwartungshaltungen: himmelhochjauchenden Potentialen werden folgeschwere Bedenken entgegengehalten. Der gewünschten Zurverfügungstellung und Sammlung von Material, sowie auch der journalistischen Erreichbarkeit und Publikumsteilnahme stehen lähmende Befürchtungen um traditionelle (meist Print-)Formate und verheerende journalistische Qualitätsverluste gegenüber. Oftmals wird dem Schreckgespenst, das sich in dem Begriff Medienwandel manifestiert, in der Praxis eher mit Hilflosigkeit begegnet, anstatt mit analytischem Interesse und der damit einhergehenden Reflexion der bisherigen Entwicklung und des momentanen Zustandes zu reagieren.

Das vorliegende Heft setzt hier an und präsentiert verschiedene Blickwinkel, die Einsichten in umsetzbare und teils bereits umgesetzte Praktiken geben oder die Verslossenheit vor konstruktiven Änderungen und den ertragreichen Gestaltungsmöglichkeiten des Wandels durch einen analytischen Blick auf bisherige Schräglagen bei Herangehensweisen oder Perspektiven wieder öffnet. Durchwegs schwingt der zentrale Aspekt des Public Value – der öffentliche Mehrwert einer Medientätigkeit – mit, der in öffentlich-rechtlichen Formaten oder in nicht-kommerziellen Bereichen in Print- oder Onlineformen umgesetzt werden kann. Diskutiert werden dabei Aspekte der journalistischen Qualität auch in ihrer Entwicklungsgeschichte, der Gemeinwohlleistung und demokratischen Relevanz, der Organisationsformen und der Diversität sowie der Chancengleichheit und Fairness, die allesamt Ansprüche eines demokratiepolitisch funktionierenden Mediensystems darstellen.

In diesem Sommer feiert die *Wiener Zeitung* 310 Jahre ihres Bestandes. Die im Besitz der Republik Österreich befindliche Tageszeitung lud daher Anfang Juli zu einem Symposium. Hierbei ging es unter Anderem um die Frage ob öffentlich-rechtlich verfasste Printmedien eine Antwort auf die Krise der Printmedienbranche in Folge von Digitalisierung und ökonomischer Krise sind. Alfred J. Nolls hier abgedruckter Text war eines der beeindruckenden Impulsreferate dieses Symposiums der *Wiener Zeitung*, der wir bei dieser Gelegenheit herzlich zu ihrem Geburtstag gratulieren. Alfred J. Noll ruft in seinem streitlustigen Essay

zur Stärkung von unabhängigen Medienformaten für eine Demokratisierung der Gesellschaft auf. Angeprangert werden die durch Kommerzialisierung politisch trägen Massenmedien, die durch die Interessen des Marktes ihren gesellschaftlichen Aufgaben nicht nachkommen. Damit eine Gesellschaft jedoch nicht an Partikularinteressen der Stärksten zerbricht, gilt es, nicht bloß einzelne Zielgruppen, sondern die gesamte Gesellschaft im Auge zu behalten. Fazit ist die demokratiepolitische Notwendigkeit einer von wirtschaftlichen und politischen Interessen tatsächlich ungebundenen Presse zu fördern. Deren Stärke liegt in der Emanzipation von herrschenden Machtstrukturen, um eine demokratische Öffentlichkeit überhaupt zustande kommen zu lassen. Nicht nur der durch die Digitalisierung forcierte Medienwandel gefährdet Journalismus, auch die traditionelle Finanzierung über den Markt zeigt gerade in ökonomischen Krisenzeiten ihre erheblichen Grenzen. Gemeinwirtschaftlich organisierte Medien rücken somit ins Zentrum einer intensiver zu führenden Debatte.

Andrea Schaffar und Christian Körber reflektieren die momentanen Mängel und Fehlleistungen im Umgang mit Onlinemedien. Mit scharfem Blick analysieren sie den aktuellen Stand von Medien und deren Auftritt im World Wide Web. Sie setzten dabei einen Schwerpunkt auf öffentlich-rechtlichen Onlinejournalismus, auch den des ORF. Deutlich wird, dass herkömmliche Konzepte von Nutzung und PR sich nur bedingt auf im Internet veröffentlichte Inhalte anpassen lassen. Strategien für papierene Zeitungen einfach auf den Online-Medienmarkt umzulegen, können nicht mit dem Nutzungspotential der „Neuen Medien“ mithalten, wie etwa geflopte Apps für einzelne Formate zeigen. Mit inhaltlichen und formalen Konzeptionen für Onlineauftritte, aber auch mit strategischen Maßnahmen scheinen Redaktionen oftmals überfordert. Insbesondere die Konzentration auf qualitativ hochwertige Produkte leidet darunter – ein Aspekt, der jedoch wesentlich für die Annahme der Produkte beim Publikum ist. Anstatt Qualität zu bieten verkommen viele Medienseiten zu „Mediengemischtwarenhandlungen“, deren Redaktionen und damit journalistische Betreuung massiv ausgedünnt werden. Glaubwürdigkeitsverlust und dadurch wiederum geringere Aufmerksamkeit und eine

Abnahme an „Klicks“ sind die Folgen, denen mit Ratlosigkeit begegnet wird. Nachdrücklich wird die Frage nach der Finanzierung von hochwertigem Journalismus behandelt – insbesondere wenn es um öffentlich-rechtliche Medien geht, die sich über ihre Aufgabe des Mehrwerts für die Gesellschaft legitimieren müssen. Eine Kombination aus praxis-theoretischen Überlegungen und der *situational analysis* dient dazu, den Fragen nach einer probaten Struktur nachzugehen.

Der Beitrag von Christina Krakovsky und Andrea Reisner stellt ein geschichtsjournalistisches Projekt vor, das moderne Anforderungen im Printbereich bereits auf eine ihm eigene Weise umgesetzt hat. Damit zeigen sie auf, dass dem Medienwandel auch in Printformaten mit einer Auflösung der herkömmlichen Praktiken begegnet werden kann. Im Mittelpunkt des Beitrags steht das Konzept der geschichtsjournalistischen Beilage *Zeitreisen* der *Wiener Zeitung*, das besonderen Wert auf die Partizipation seiner LeserInnenschaft legt. Gezeigt wird, wie die aktive Einbindung von Publikum die demokratische Handlungsfähigkeit der Gesellschaft stärkt. Andererseits wirkt dieser Zugang auf das Spezifikum der Geschichtsvermittlung positiv ein, indem die Unfertigkeit und Komplexität der Historie eingewoben und betont wird. Intensive redaktioneller Betreuung und aufwändige Recherchen sowie die Wahrnehmung des Publikums in seiner Mündigkeit sind dabei Grundvoraussetzungen, die für hohe Qualität und damit wiederum für Interesse sorgen. Diese müssen allerdings vom Medienunternehmen strukturell ermöglicht werden.

Einen Blick über den Tellerrand der meist im Fokus stehenden Medienlandschaft hinaus wagt Thomas Ballhausen in seinem Text über Onlineprojekte in Filmarchiven. Anhand der Digitalisierung der *Austria Wochenschau* im Zeitraum des Ersten Weltkriegs wird gezeigt, dass eine sensible Aufarbeitung und vor allem Zurverfügungstellung von historischen Daten einen hohen gesellschaftlichen Wert haben. Wesentlich ist dabei die Expertise in der Betreuung von Archiven und Archivmaterial. Die Beschäftigung mit dem oftmals unterschätzten Quellenmaterial des Films steht hier als zentraler Faktor für archivarisches Arbeit im Dienste von Öffentlichkeit und Sammlung. Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit sind Hauptbestandteile für die Ermöglichung der Aus-

schöpfung des Potentials – ein Ziel das sich das *European Film Gateway* (EFG) gesetzt hat, das Material von verschiedenen Filmarchiven und Kinematheken zur Verfügung stellt. Auch das *Filmarchiv Austria* trägt mit seinen Beständen dazu bei, wodurch der Fachöffentlichkeit sowie einem interessiertem Publikum die Möglichkeit zur Auseinandersetzung mit Geschichte eröffnet werden.

Katja Lüthy betont in ihrem Beitrag die meist nur unzureichend betrachtete Relevanz des Formats der Zeitschriften. Kritisiert wird die fälschlich angenommene Historie der Zeitschrift im Schatten der Zeitungen. Hingegen ist der gesellschaftliche Beitrag, den Zeitschriften im Gegensatz zu PR-Blättern leisteten und leisten können, unterschätzt und verdient die ihr gebührende Aufmerksamkeit. Die Autorin rückt in ihrem Beitrag nicht nur das Ansehen der Zeitschriften in ein verdient besseres Licht. Sie liefert zudem – in kritischer Auseinandersetzung mit dem aktuellen Forschungsstand und insbesondere mit den Ansichten von Hans Wagner – Überlegungen zu einem methodischen Instrumentarium mit, das notwendigerweise ein phänomenologisch-hermeneutisches sein muss, damit Zeitschriften in ihrer Diversität ausreichend analytisch fassbar werden.

Einen Schritt vor die mediale Aufbereitung gehen Benjamin Krämer und Philipp Müller in einer theoretischen Illustration einer Typologie historiographischer Prozesse. Dabei unternehmen sie den Versuch, bisherige Kategorisierungen aufzubrechen und der Geschichtsschreibung durch eine neue, respektive erweiterte, Typologie gerecht zu werden. Sichtbar wird dabei nicht nur die Komplexität, der die Geschichtsschreibung gegenüber steht, sondern die damit zusammenhängende Herausforderung, sie in massenmediale Prozesse einzubinden.

Diese Ausgabe von *medien & zeit* möchte somit einen Streifzug durch die Vielschichtigkeit und Multiperspektivität, die die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung für Praxis und Forschung mit sich bringen, bieten, der wiederum zu neuen oder erneuerten Sichtweisen anregt.

Christina Krakovsky & Fritz Hausjell

Zeitung als Selbstverständigungsmedium einer Gesellschaft

Plädoyer für die öffentlich-rechtliche Verfasstheit einer Zeitung

Alfred J. Noll

*Freiheit der Presse, na ja. Doch Wahrheit der Presse zu fordern,
Hat sich, seh ich das recht, vor mir noch keiner getraut.*

Peter Hacks

I.

Die Geschichte des Zeitungswesens ist eine Geschichte versuchter *Freiheit vom Staat*: nicht Bevormundung, Zensur und dadurch gewährleistete Legitimationsarbeit für die bestehenden (staatlichen) Machtverhältnisse sollten sein, sondern Autonomie, Freiheit der Meinung und dadurch ermöglichte Selbstverständigung für eine in Entwicklung begriffene Gesellschaft. Diese Geschichte ist vorbei. Heute ist es gerade die Presse, die für Bevormundung, Zensur und Machtlegitimation sorgt.

Es ist Zeit, das Okular zu wechseln und die Realität ins Visier zu nehmen. Wir könnten dann, wenn wir die Augen offen behalten, zumindest dreierlei in Sichtweite bekommen:

Massenmedien leisten einen gravierenden Beitrag dazu, große Teile der Bevölkerung vom Verständnis der politischen Mechanismen und von politischer Einflussnahme auszuschließen. Die liberale Unterstellung, nur durch unsere Medien würden öffentliche Debatten gewährleistet und auf diese Art würde der ständige Bezug aufs Gemeinwohl präsent gehalten oder sogar befördert, diese Unterstellung ist einfach falsch. Unsere Massenmedien sind Instrumente der Vereinfachung, der Desensibilisierung, der Personalisierung und der kontinuierlichen Lesentmächtigung – unsere Massenmedien sind Werkzeuge der Entdemokratisierung. Es ist eine Lüge, dass unsere Medien Instrumente wären, der informationsarmen und an politischer Orientierungslosigkeit leidenden staatsbürgerlichen Randexistenz zu gesellschaftlicher Sachkenntnis, politischem Urteilsvermögen und anschließender Mitsprachekompetenz zu verhelfen. Sie machen just das Gegenteil.

In jeder demagogischen Phrase muss, will sie Wirkung zeitigen, etwas Richtiges stecken, ansonsten das der Demagogie eigentümliche Falsche keine Adressaten finden würde. Die Zurschaustellung der Politik, ihre Porträtierung und ihre mediale Präsentation könnten zu kritischer Betrachtung und externer Kontrolle von Herrschaft sowie zur Selbst-Beobachtung der Gesellschaft führen – tatsächlich ist aber von einer derartigen Kontrollfähigkeit durch Medienkonsum nicht viel zu sehen; in dem Umfang, in dem sich die Politik den Medien andient, lässt die Kontroll- und Reflexionsleistung der Medien nach.

Und schließlich: Was ist denn die Demokratie, die angeblich auf der Freiheit der Presse gründet? Sie ist doch zunächst einmal nichts anderes als der ständige Versuch, durch Worte und Taten die Partizipation der Vielen an dem, was man als das Gemeinsame erkannt hat, zu fördern und zu kultivieren; und als Folge dieser Bemühungen sollte dann eine bestimmte Form institutionell verfestigter Partizipation möglichst vieler herauskommen. Teilnahme beschränkt sich heute freilich auf den Konsum der Medien und die jedes Jahrfünft erfüllte Bürgerpflicht der Kreuzesleistung – in immer zahlreicheren Fällen wohl kein Votum mehr für die politische Haltung einer bestimmten wahlwerbenden Gruppe, sondern ein Strafakt der politisch Enttäuschten gegen die Ungeliebten. Das alles zusammengekommen und noch einiges mehr führt nicht eigentlich zu einem Bedeutungsverlust der Medien, sondern zu einer gravierenden Bedeutungsänderung der Medien: Wo vordem die Freiheit vom Staat die Möglichkeitsbedingung politischer Emanzipation durch Selbstverständigung des Publikums abgab, ist heute die grundrechtlich gewährleistete Freiheit

der Presse und ihre gleichzeitige wirtschaftliche Angebundenheit an die Inseratenkunden zur unüberwindlichen Hürde für politische Emanzipation geworden.

Die Medien selbst könnten gegen diesen Missstand arbeitend für Einsicht sorgen, sie tun es aber nicht. Mediennutzung dient heute weniger denen, die von politischen Entscheidungen ausgeschlossen sind, vielmehr kommt die Nutzung der Medien fast nur jenen zugute, die entweder professionell oder ehrenamtlich ohnehin schon im politischen Entscheidungsprozess tätig sind; diese lassen sich dann durch Wahlen akklamieren oder durch großzügige Boni für ihre medial zur Schau gestellten „Leistungen“ belohnen. Zugute kommen die Medien denen, die bei der Mediennutzung wie in der tagtäglichen beruflichen und außerberuflichen Kommunikation am stärksten an Politik interessiert sind und als „Meinungsführer“ regelmäßig über politische Zusammenhänge kommunizieren. Eine die Teilhabe fördernde Wirkung haben Medien nur für diejenigen, die ohnedies schon am Spiel teilnehmen – für alle anderen wird oft nur das politische Schauspiel zur Darstellung gebracht und sorgt dann je nach Befindlichkeit für Heiterkeit, Frust oder Ekel. Aber schon der große Friedrich Austerlitz wusste: „Nicht nur die Presse, die es verdient, hat das Volk: die Presse, die es hat, will es auch.“

II.

Die Substanz der Demokratie besteht nicht in der Unabhängigkeit und Qualität der Medien, erst umgekehrt wird ein Schuh daraus: Nur eine demokratische Gesellschaft kann unabhängige und qualitätsvolle Medien hervorbringen. Es sind eben nicht die oftmals kritisierten Sündenfälle des Medienkaufs, die unsere Gemüter erregen sollten (schlimm genug sind sie allemal), abstoßen sollte uns die nur von wenigen publizistischen Gipfeln und Erhebungen durchzogene Medienlandschaft selbst, und aufregen sollte uns ihre schier endlose Flachheit und die sie prägende Ausgesetztheit gegenüber den Kriterien der Betriebswirtschaft. In der Medienlandschaft zeigt sich bloß, was in unserer Gesellschaft selbst die Ursache hat.

Die von mir bekundete Hoffnungslosigkeit gründet in der hegemonialen Macht der Konservativen und Neoliberalen. Diese wollen dem flotten Unternehmergeist (und manche auch dem autoritären Staat) keine Hindernisse in den Weg le-

gen. Sie wollen die gesellschaftlichen Individuen jenen Gesetzmäßigkeiten unterwerfen, die von eben jenem Unternehmergeist bestimmt werden. Die moderne Öffentlichkeit sollen wir uns so vorstellen, dass Medienunternehmen und die ihnen treu ergebenden Werbeagenturen mit ihrer „Inszenierungskompetenz“ dem Publikum Vorbilder, Images, vorgeben – und es soll dann ein Naturgesetz sein, dass hirnlose Nicht-Subjekte jenen Bildern blindlings folgen. Das erste, nämlich die massenmedial vermittelten Bilder und Sujets, sollen wir als „Selbstbeobachtung der Gesellschaft“ feiern; und das zweite, dass wir diesen Bildern folgen, wird dann als „Individualisierung“ und als „aktive, konstruktive Mediennutzung“ beschönigt. Wir können dieses Weltbild wissenschaftlich als unbegründet kritisieren, wir können es politisch als falsch bekämpfen, aber wir können eine solche Sicht der Dinge natürlich auch ganz lebensnah als riesige Verarschung denunzieren.

III.

Nehmen wir die Realität selbst ins Visier: Märkte sind nicht demokratisch. In ihnen setzen sich die Starken durch, die Kapitalstarken. Immer gewinnt, wer sich als geschickter Rationalisierer erweist. Es siegen die Strategen des Ordinären und des Senationellen – aber niemals gewinnt das Publikum. Dieses darf und muss unentwegt Vorgegebenes und Vorgekauft kaufen. Natürlich, immer ist irgendein Gebrauchswert vorhanden – aber ob das Publikum sich langweilt oder verzweifelt herumzappt, das interessiert nicht. Was nicht gekauft wird, das wird nicht produziert. Und dies ist so sicher, wie etwas anderes, dass es nämlich einen demokratischen Prozess der Entscheidungs- und Kompromissbildung darüber, was produziert und konsumiert werden soll, nicht gibt. Wir leben im „Medien-Kapitalismus“.

Wer sich dagegen wehrt oder skeptisch wird, der wird als rückwärtsgewandt denunziert. Wer die Sache so sieht, der wird als anachronistischer Vertreter der Aufklärung abgekanzelt. Und tatsächlich – es wird ihnen schon aufgefallen oder gar aufgestoßen sein – bin ich selbst der Überzeugung, dass es der wesentliche Charakter der Presse ist, *nicht* Gewerbe zu sein – und dieser Gedanke ist nun sicherlich kein übertrieben zeitgemäßer Gedanke.

Wenn die Presse „ihrem Charakter treu ist“, dann darf sie sich „nicht zum Gewerbe herabwürdigen“. Und es war der junge Karl Marx, der zu

der einprägsamen Parole gefunden hat: „Die erste Freiheit der Presse besteht darin, kein Gewerbe zu sein. Dem Schriftsteller, der sie zum materiellen Mittel herabsetzt, gebührt als Strafe dieser inneren Unfreiheit die äußere.“ Und dieser Strafe sieht sich die Presse heute auch ausgesetzt: Eine Presse, die sich nicht bezahlt macht, kann nicht existieren

Ich will Sie an dieser Stelle nicht mit Phantasien oder – *horribile dictu* – gar mit Visionen beschweren. Und dennoch darf ich Ihnen nicht vorenthalten, dass ich nach gut einem Vierteljahrhundert der Medienbeobachtung in diesem Land zur Überzeugung gekommen bin, dass es der öffentlich-rechtlichen Verfasstheit zumindest eines Printmediums in diesem Land bedürfte. Ich plädiere also für *Freiheit durch den Staat*.

Ich darf Sie aber gleichzeitg beruhigen, ich weiß um die Einwände – und das parteipolitische

Hickhack um den ORF füllt einen nicht mit Zuversicht. Und dennoch: Soll Presse ihren Nimbus als Bedingung der Möglichkeit permanenter Aufklärung und als Instrument der Selbstverständigung in einer aus vielerlei Gründen gespaltenen Gesellschaft behalten, dann müssen wir sie ermächtigen, sich radikal aus der kommerziellen Verfangenheit zu befreien. Wir müssen sie mit genügend Mittel ausstatten, um frei von Inseraten gute Arbeit machen zu können, wir müssen den Journalistinnen und Journalisten ein Redakteursstatut an die Hand geben, dass ihnen Widerständigkeit gegenüber den herrschenden Verhältnissen nicht nur ermöglicht, sondern sie nachgerade dazu ermuntert, und wir müssten ein derartiges Organ auf der notwendigen technischen Höhe derart als Konvergenzmedium ansiedeln, dass es als Bürgerinnenselbstverständigungmedium annehmbar und erlebbar wird. Ob das in diesem Land gehen kann, das weiß ich nicht – und es liegt auch nicht an mir, sondern an Ihnen!

Alfred J. NOLL (1960)

Univ.-Prof. Dr., absolvierte ein Studium der Rechtswissenschaft in Salzburg und Wien und ein post-graduate-Studium der Soziologie am Institut für Höhere Studien (IHS) in Wien. Seit 1992 ist er Rechtsanwalt in Wien mit dem Schwerpunkt Medien- und Urheberrecht und seit 1998 lehrt er Öffentliches Recht an der Universität für Bodenkultur, Wien. Seit 2004 Mitglied im Ausschuss der Wiener Rechtsanwaltskammer. Gründer und (Mit-)Herausgeber der Zeitschrift *Journal für Rechtspolitik*. Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der Zeitschrift *Medien und Recht*.

Verschlafener Wandel

Medien und das digitale Jammertal

Andrea Schaffar & Christian Körber

Abstract

Medienkrise und –wandel sind spätestens seit dem Beginn der Wirtschaftskrise 2008 fixe Bestandteile des öffentlichen Diskurses. Doch was oder wer ist in der Krise und welche Umgangsformen und Strategien existieren? Einsparungsmaßnahmen und gewinnorientiertes Denken führten zu einem Ausdünnen in den Redaktionen. Überrascht und überfordert von der Veränderung hin zu einer digitalen Ära wurden Zeitungen eingestellt, mehr oder weniger neue Konzepte entwickelt und strategische Fehler gemacht. In einer sich verändernden Medienlandschaft ringen die EntscheidungsträgerInnen um Antworten und lassen dabei des Öfteren das Eigentliche außer Acht: Qualität, Aufgabe und Anforderungen an den Journalismus. Die Erwartungshaltungen der MedienmacherInnen und jene der KonsumentInnen divergieren in ihren Ausrichtungen. Mithilfe von praxistheoretischem und methodologischem Instrumentarium, beides dem aktuellen wissenschaftlichen Diskurs entnommen, nähern sich die AutorInnen den Fragen wie Innovation und Veränderungsprozesse in einer für das Feld konstruktiven Art und Weise differenziert und bearbeitet werden könn(t)en.

Mitte Juni wurde mit der überraschenden Einstellung des öffentlichen Senders ERT durch die griechische Regierung aus Spargründen die Debatte über den Wert von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in ganz Europa neu entfacht. Dieser radikale Schritt, der die griechische Regierungskoalition beinahe platzen ließ, kann als Höhepunkt einer Entwicklung gesehen werden, die schon Jahre den Diskurs über öffentlich-rechtliche Medien bestimmt. Denn diese sehen sich mit einem immer stärker werdenden Legitimationsdruck konfrontiert. Angefeuert wurde dieser Druck auch von der sich zuspitzenden Konkurrenz am Medienmarkt, bei der vor allem Verteilungskämpfe im „neuen“ Onlinebereich im Mittelpunkt stehen.

Schließlich haben nicht nur die Öffentlich-Rechtlichen Probleme: Mit der Wirtschaftskrise und der Lehman-Pleite 2008 brach der Werbemarkt ein. Spätestens seit damals ist von einer „Medienkrise“ die Rede. Doch von dieser sind am deutlichsten Printmedien betroffen – mit einem „Zeitungssterben“ als geflügeltes Wort. Das zeigt, dass die wirtschaftliche Krise allein als Erklärung nicht ausreicht: Medienunternehmen kämpfen mit einem grundlegenden Medienwandel einhergehend mit gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen.

Das Hereinbrechen der digitalen Ära überraschte und überforderte viele Medienbetriebe, deren

Antworten und Lösungsstrategien sollten sich häufig als kontraproduktiv erweisen. Vor allem aber steht hinter dem Medienwandel auch und vor allem ein Wandel der Gesellschaft und der Öffentlichkeit. Diese Entwicklung ist jedoch nicht neu und über Jahrzehnte wissenschaftlich dokumentiert. Doch erst mit dem Aufstieg des Internet entfaltete diese Dynamik auch ihre Durchschlagskraft auf die Medien. Hier gilt es zunächst auszutariieren, in welchem Verhältnis Wandel und Krise stehen, auf welchen Ebenen sie greifen und ihre Gründe und Folgen zu umreißen. Dabei wird es auch darum gehen, die Praktiken der Beteiligten und AktantInnen einer sozialwissenschaftlich praxeologischen Analyse zu unterziehen und in den Kontext der derzeitigen Wissenschaftsdiskurse zu stellen.

Das große Zeitungssterben

Krisenmetaphern kehren in der Medienbranche schon seit Jahrzehnten immer wieder. Mit der US-Subprime-Krise, dem Fall der US-Investment Bank *Lehman Brothers* und der damit ausgelösten globalen Wirtschaftskrise wurde allerdings ein Ausmaß erreicht, dass nicht nur zu leichten tektonischen Verschiebungen sondern zu einem Erdbeben in der Medienszene führte. Der Einbruch der Wirtschaftsleistung brachte auch einen massiven Einbruch der Umsätze am Anzeigenmarkt mit

sich. Gemeinhin wird dies als Auslöser der Medienkrise seit 2008/2009 verhandelt. Es handelt sich, als erste Einschränkung zunächst also nicht um eine allgemeine Medienkrise, sondern um eine Krise der Werbefinanzierung von Printmedien, hier allen voran um die Tageszeitungen (vgl. Jarren, 2012, S. 165ff).

Insbesondere in den USA wurden dutzende Zeitungen, vor allem lokale, aber durchaus auch einige überregionale Blätter, mit Verweis auf die Unfinanzierbarkeit und die Konkurrenz aus dem Onlinebereich geschlossen, vom „großen Zeitungsterben“ ist seitdem die Rede. Häufig vergessen werden dabei aber die Strukturen, die diese Entwicklung begünstigten. Seit den 1960er Jahren veränderten sich die strukturellen Bedingungen von Medienunternehmen. Große Konzerne kauften lokale Zeitungen auf, eine Folge davon ist die herrschende Medienkonzentration. Schon in den 1970er Jahren wurde, vor allem um die Aktionäre der Medienkonglomerate zufriedenzustellen, der Sparstift angesetzt:

„It was then that managers began to balance their books and to satisfy the demand from investors for ever increasing returns by cutting journalists and shutting news bureaus.“
(Nichols & McChesney, 2009, S. 1)

Die Werbeeinnahmen sanken zwar stetig, mit den Einsparungsmaßnahmen warfen die Zeitungen allerdings genügend Gewinn ab – bis 2008. Mit dem Einbruch der Werbeerlöse konnte das bei den Medieneigentümern vorherrschende betriebswirtschaftliche Paradigma, Journalismus als marktfähiges Gut wie jedes andere zu sehen, nur ein Schluss folgen: Nicht rentable Betriebe werden geschlossen. Das prominenteste Opfer im deutschsprachigen Bereich ist die *Financial Times Deutschland*, die 2012 eingestellt wurde. Auch hier ist die allgemeine Krise der Branche nur eine vordergründige Erklärung für die Schließung. KommentatorInnen sprachen von konzeptionellen Mängeln schon bei der Gründung 2000 (vgl. Schröder 2012). Zuletzt war etwa die Hälfte der gedruckten Auflage als Bordexemplare verschenkt worden.

Ungeachtet der in Europa noch als Einzelfälle auftretenden Schließungen ist global ein teils erheblicher Rückgang der Auflagen der Tageszeitungen beobachtbar: Laut *Dachverband der Zeitungsverbände und Medienhäuser* (WAN-IFRA) sanken die Auflagen der westeuropäischen Zeitungen von 2008 bis 2012 um 24,8 Prozent, jene

in Osteuropa um 27,4 Prozent. Die Einnahmen durch Werbung sanken im selben Zeitraum um 23,3 Prozent (Westeuropa) bzw. 30,2 Prozent (Osteuropa). In den USA fielen die Werbeerträge um 42,1 Prozent, die Auflagen aber „nur“ um 13 Prozent (vgl. *World Association of Newspapers and News Publishers*, 2013). Ein weit differenziertes Bild ergibt ein Blick auf andere Kontinente: Im Nahen Osten und in Afrika stiegen die Auflagen um rund zehn Prozent, obwohl die Werbegelder um mehr als 20 Prozent fielen. Einen ähnlichen Trend weisen Australien und Neuseeland auf, zwei Prozent mehr Auflage, trotz rund acht Prozent weniger Werbeeinnahmen. In Asien stiegen in der Fünfjahresfrist beide Werte stark, in Lateinamerika nahmen Werbeerträge bei annähernd gleichbleibender Auflagen um rund ein Viertel zu (ebd.). Insgesamt zeigen diese Zahlen, dass es sich bei der ausgerufenen Krise also keineswegs um ein globales Phänomen handelt, sondern wohl auch Medienstrukturen und -kulturen eine Rolle spielen.

Suche nach Einnahmequellen

Als zweiter großer Faktor neben der Wirtschaftskrise wird die kostenlose Konkurrenz im Internet für die finanziellen Probleme der Verlagshäuser genannt. Ende 1990er Jahre begannen alle großen Medien ihre journalistischen Aktivitäten auch im Internet zu entfalten. Grob lassen sich hier drei Modelle festmachen: Medien, die das Web vor allem als Marketingplattform nutzen und kaum journalistische Inhalte anbieten, Medien, die ihre Inhalte anderer Publikationskanäle (Print, TV, Radio) auch im Web zur Verfügung stellen und schließlich Medien, die auch oder exklusiv Inhalte für das Netz produzieren.

Alle drei Varianten existieren noch heute in unterschiedlichen Mischformen. Vor allem das Prinzip „Online First“, also Inhalte zuerst im schnelleren Publikationskanal Web zu veröffentlichen, ehe sie dann auf traditionellem Weg ausgespielt werden, brachte viele Medien unter finanziellen Zugzwang. Die Inhalte wurden und werden nach einer der konstituierenden Eigenschaften des WWW jahrelang kostenlos angeboten.

Die Suche nach digitalen Geschäftsmodellen scheint heute zur existenziellen Frage der Zukunft von Medien geworden zu sein. Vor allem Verlagshäuser kämpfen seit Jahren um neue Einnahmequellen, die – gerade im deutschsprachigen Bereich – in sehr unterschiedlichen Feldern gesucht werden.

Ein Ansprechpartner der Verleger, in Österreich organisiert im *Verband österreichischer Zeitungsverleger* (VÖZ), ist die Politik, die auch für die Misere mitverantwortlich gemacht wird:

„Denn dass es in Österreich keine tragfähigen Erlösmodelle für Qualitätsjournalismus im Web gibt, liegt auch an den Rahmenbedingungen, die von der Politik gemacht werden.“
(VÖZ, 2012b)

Gefordert wird unter anderem eine massive Aufstockung der Presseförderung, genannt wurde etwa die Verfünfachung, um die Herausforderungen wie die Digitalisierung zu meistern (vgl. VÖZ, 2012b). Ebenfalls gefordert werden niedrigere Mehrwertsteuersätze, wie es in einer gemeinsamen Erklärung der deutschsprachigen Verlegerverbände heißt (vgl. VÖZ, 2013).

Eine andere Einnahmequelle orten die heimischen Verleger in der andiskutierten Haushaltsabgabe, die die bisherige Gebührenlösung zur Finanzierung des ORF ersetzen könnte (vgl. VÖZ, 2012b). Nach einigen skandinavischen Ländern führte auch Deutschland 2013 die Haushaltsabgabe ein, die jedoch kontrovers diskutiert wird: So müssen auch Haushalte, die öffentlich-rechtliche Programme nicht empfangen, ihren Beitrag leisten. Für die Rundfunkanstalten scheint die Abgabe die Finanzierung langfristig auf sicherere Beine zu stellen, zudem spart man sich die nicht gerade imagefördernde Gebühreneintreibung. Umgekehrt binden sich die Anstalten damit aber noch näher an den Goodwill der Politik, obwohl Staatsnähe schon bisher einer der drängendsten Vorwürfe gegen Öffentlich-Rechtliche ist. Den Verlegern einen Teil des Kuchens der Haushaltsabgabe zukommen zu lassen, scheint jedenfalls eine nicht uninteressante Variante einer Art „Medien-Flat-Tax“. Realpolitisch sind allerdings schwierige Auseinandersetzungen über Verteilungsschlüssel und Vergabekriterien zu erwarten, ganz abgesehen davon, dass eine Durchsetzung einer neuen Abgabe auch der Politik wenig Sympathiepunkte in der Bevölkerung bringen würde: Alles Punkte die eine tatsächliche Einführung massiv infrage stellen.

Umstrittenes Leistungsschutzrecht

In den vergangenen Jahren haben Verleger ein weiteres Objekt der Begehrlichkeiten entdeckt: Andere Internetkonzerne, die, so der Vorwurf, mit von Medien produzierten Inhalten, Gewinn lukrieren würden. Feindbild Nummer eins ist dabei *Google*, dem Problem will man mit einem Leistungsschutzrecht beikommen. Die seit 2012 vor allem in Deutschland und im Anschluss daran auch in Österreich sehr emotional geführte Debatte zielt im Wesentlichen darauf ab, *Google* bei Suchergebnissen für die Verwendung der ersten Artikelzeilen, den sogenannten Snippets, bezahlen zu lassen. Hintergrund der Debatte ist freilich

auch, dass im Bereich Onlinewerbung *Google* einen der größten Konkurrenten für klassische Medienunternehmen darstellt.

Das Leistungsschutzrecht wird vor allem von Netztheoretiker und -aktivistInnen heftig kritisiert. Denn für eine fremde, kommerzielle Nutzung von Texten sei schon nach geltender Rechtslage eine Vergütung fällig (vgl. *Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht*, 2010).

Die Forderung zielt also vor allem darauf ab, mithilfe der Politik Geld in die eigenen Kassen zu spülen – mit völlig unklaren Konsequenzen. In Deutschland trat das Leistungsschutzrecht am 1. August 2013 in Kraft, das Gesetz sei völlig schwammig formuliert und könne wohl nur erst ausjudiziert wirklich beurteilt werden, meinen KritikerInnen.

Die Forderung nach dem Leistungsschutzrecht, wie sie auch in Österreich erhoben wird, kann generell als paradox bezeichnet werden: Medien sind bei ihren Webinhalten in hohem Grad von Besuchen via Suchmaschinen abhängig. Zwischen zehn und 70 Prozent – je nach Anteil der StammbesucherInnen – des Traffic, der wiederum die Werbepreise bestimmt, stammt von *Google*. Durchschnittlich kann der Wert bei 20 bis 30 Prozent angenommen werden (vgl. Schmidt, 2011). Die von den Verlegern besonders ins Visier genommene Website *Google News* spielt dabei übrigens kaum eine Rolle, es ist die klassische Internetsuche, die User auf die Medienangebote bringt. Der Wichtigkeit sind sich die Medien-

Die Forderung nach dem Leistungsschutzrecht, wie sie auch in Österreich erhoben wird, kann generell als paradox bezeichnet werden: Medien sind bei ihren Webinhalten in hohem Grad von Besuchen via Suchmaschinen abhängig.

unternehmen auch bewusst: Kaum eine Website kommt ohne Suchmaschinenoptimierung aus, die dafür sorgen, dass die Sites bei den Suchergebnissen möglichst weit oben gereiht werden. Zudem werben zahlreiche Nachrichtenwebsites auch mit *Google AdWords*, also dem angeblichen direkten Konkurrenten.

Diese Abhängigkeit erklärt auch, dass Medienseiten eine ganz einfache Variante ihre Inhalte für *Google* zu sperren, nicht anwenden: Ein einfacher Eintrag bei der Erstellungen von Websites kann das Aufscheinen in den Suchergebnissen verhindern. Wie riskant das Vorgehen sein kann, hat 2011 die belgische Presse zu spüren bekommen. Nach mehreren erfolgreichen Urheberrechtsklagen gegen *Google* nahm der Konzern sämtliche Websites von belgischen Medien aus dem Suchindex. Diese lenkten danach umgehend ein. 2012 einigten sich die Kontrahenten schließlich auf gegenseitige Werbevereinbarungen (vgl. *Google Europe Blog*, 2012).

Auch in einem anderen Terrain konnten die Verleger mithilfe der Politik – zumindest teilweise – Erfolge erringen: im Kampf gegen die Konkurrenz der Öffentlich-Rechtlichen im Web. Sowohl in Deutschland als auch in Österreich wurden deren Angebote per Gesetz beschränkt. In Deutschland kam es in der Folge zur umstrittenen „Deplublizierung“ von Artikeln: Nachdem nach neuem Recht die Öffentlich-Rechtlichen in Deutschland ihre Webinhalte nur mehr für sieben Tage (in Ausnahmefällen länger) anbieten dürfen, mussten Tausende ältere Artikel gelöscht werden. Im ORF-Gesetz 2010 wurde unter anderen die Bundesländerberichterstattung auf *ORF.at* auf eine bestimmte Anzahl von Artikel pro Monat limitiert, die IT-Website *futurezone.ORF.at* musste geschlossen werden (und wurde daraufhin an einen privaten Anbieter verkauft). Auf der aus Deutschland übernommenen Verbotsliste, die Angebote umfasst, die der ORF zuvor auch schon nicht bereitgestellt hat, wurden zudem

„soziale Netzwerke sowie Verlinkungen zu und sonstige Kooperationen mit diesen, ausgenommen im Zusammenhang mit der eigenen tagesaktuellen Online-Überblicksberichterstattung“
(ORF-Gesetz, 2010, §4f. Abs. 2 Z 25)

untersagt. Diese umstrittene Regelung wurde Ende Juli vom Verfassungsgerichtshof aufgehoben.

Von den Leserinnen und Lesern Geld zu lukrieren stellt Medienunternehmen im Web vor größ-

te Herausforderungen. Durchgängig erfolgreiche Geschäftsmodelle in diesem Bereich sind bisher nicht absehbar, wenn auch die Ansätze vielfältig. Beklagt wird immer wieder die „Gratiskultur“ im Internet, die Bereitschaft für Nachrichten im Web Geld auszugeben sei deshalb kaum vorhanden. Tatsächlich galt vor allem in den Anfangsjahren des WWW die Kostenlosigkeit als konstituierendes Merkmal des Web, genährt auch von den symbolischen Gründungsakten am Genfer Institut CERN, in denen die Nutzung durchgehend als „frei“ betont wird (vgl. CERN, 2013).

Unterhöhlt wurde die Zahlungsmoral für journalistische Inhalte auch von den Medien selbst, da diese ihre Arbeit jahrelang kostenlos anboten. Warum sollten KonsumentInnen, ohne dass die Angebote ausgeweitet werden, plötzlich dafür zahlen? Und schließlich ist das gescholtene Phänomen der „Gratiskultur“ in den Medien nicht nur im Onlinebereich zu finden: Seit Jahren agieren Gratiszeitungen in ganz Europa, vor allen in den Metropolen, mit großem Erfolg.

Nur wer bezahlt, darf lesen

Im Wesentlichen kommen zwei verschiedene Modelle für „Paid Content“ zur Anwendung: Der Zugang via Apps und der Schutz von Inhalten mittels einer Paywall. Apps als Geschäftsmodell wurde vor allem durch den Erfolg von *Apple* und dessen *App Store* inspiriert: Was für verschiedene Programme für vor allem iPhone und iPad funktioniert, sollte auch für journalistische Inhalte gelten, so der Gedanke. Befeuert wurde das Geschäftsmodell auch von Studienergebnissen, die NutzerInnen von mobilen Endgeräten, also vor allem Tablets, aber auch Smartphones eine höhere Kaufbereitschaft nachsagen. So besagt der *Digital News Report* 2010, dass in Dänemark 16 Prozent von TabletbenutzerInnen für Nachrichten bezahlen würden, aber nur vier Prozent von NutzerInnen von Stand-PCs und Notebooks (vgl. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2010, S. 43f). Eine Nielsen-Studie kommt für Europa zu ähnlichen Ergebnissen (vgl. Nielsen, 2010). Beide Erhebungen zeigen allerdings die Zahlungsbereitschaft weiter auf niedrigem Niveau, zudem seien in anderen Ländern diese Ergebnisse gar nicht zu bestätigen.

Durchschlagende Erfolge gibt es hier kaum: In Deutschland ließ die *Bild* 2010 die Website *bild.de* für Tablets sperren um den Verkauf der App anzukurbeln, das Projekt wurde nach mas-

siver Kritik der NutzerInnen eingestellt. Die News Corporation von Medienmogul Rupert Murdoch startete mit *The Daily* eine Zeitung, die nur per App für mobile Endgeräte verfügbar war. Schon zum Start des Projekts wurde der Erfolg bezweifelt, da das „alte“ Konzept der Zeitung, und damit auch Schwächen (statische und nicht aktualisierbare Inhalte, keine Hyperlinks auf externe Quellen, keine direkte Möglichkeit zur Interaktion etc.) einfach auf ein neues Interface übertragen wurde. Das Projekt flopte und wurde 2012 eingestellt. Aus ähnlichen Gründen sind auch „iPad-Abos“ und vergleichbare Angebote, bei denen Zeitungsausgaben einfach digital statt analog auf Papier verkauft werden, auch und vor allem im deutschsprachigen Raum, von wenig Erfolg gekennzeichnet. In Österreich laufen Brancheninsidern zufolge die meisten entsprechenden Projekte nicht kostendeckend.

Nicht zuletzt wegen dieser Rückschläge wurden Paywalls zunehmend zur Hoffnung der Branche, auch wenn hier erste Versuche wenig erfolgversprechend liefen: Die *New York Times* errichtete 2005 eine „harte“ Paywall, bei der kein Artikel ohne Bezahlung im Web zugänglich war. 2007 wurde die Variante wieder verworfen. Weiter von freiem Zugang abgeschnitten ist *The Times*, die sich 2010 zu diesem Schnitt entschlossen hatte. Das britische Traditionsblatt verlor im Web umgehend den absoluten Großteil ihrer LeserInnen, die Zahl der zahlenden NutzerInnen liegt auch heute noch weit unter den Erwartungen. Unter dem Eindruck des Scheiterns der harten Paywall gilt mittlerweile die „metered Paywall“ als beliebtestes Modell: Eine bestimmte Anzahl an Texten kann gelesen werden, damit wird der völlige Einbruch der NutzerInnenzahlen und damit der Werbepreise auf der Website, verhindert. Als Vorreiter gilt hier das *Wall Street Journal*, das seine bereits 1997 eingeführte „harte“ Paywall 2007 damit durchlässiger machte. Die *New York Times* folgte 2011. Seitdem sind zehn Artikel pro IP-Adresse monatlich lesbar, plus Artikel, die per Link von Sozialen Medien oder Suchmaschinen angesteuert werden. Für den vollen Zugang ist eine Abogebühr fällig. In Europa sind Versuche mit der „metered Paywall“ noch recht neu. Neben *Die Welt* und *Neue Zürcher Zeitung* experimentiert seit kurzem mit *bild.de* das bisher meistbesuchte deutsche Nachrichtenangebot im Web mit Bezahlinhalten. Dabei ist ein Teil der Inhalte gratis anzusehen, kostenpflichtige Beiträge sind auf der Website als solche gekennzeichnet. Mehrere

andere Verlagshäuser, insbesondere in Österreich kündigten an, den Erfolg des Modells als Entscheidungskriterium für eigene Paywalls heranziehen zu wollen. Vergleichbar ist das Projekt aber kaum: Im Abo sind Livestreams der deutschen Fußball-Bundesligaspiele enthalten, ein Angebot, mit dem andere Medien (abgesehen von *The Sun* in Großbritannien, die im Sommer 2013 ein ganz ähnliches Modell einführt) kaum aufwarten könnten. Noch dazu sind im Sportbereich, anders als im klassischen Nachrichtenbereich, Bezahlinhalte etwa über Pay-TV zumindest einigermaßen etabliert. Spannend ist das Experiment auch aus einem andern Grund: Zum ersten Mal wagt sich ein reichweitenstarkes Boulevardmedium auf dieses Terrain.

Ergänzend sei auf dieser Stelle noch auf weitere Arten von Paywalls verwiesen: In der Slowakei und später auch in Polen und Slowenien wird mit einer von der Firma *Piano Media* entwickelten „nationalen Paywall“ von den Usern Geld verlangt. Die Mehrheit der Tageszeitungen und Magazine – wenn auch nicht flächendeckend – haben sich in den jeweiligen Ländern zusammengeschlossen. Für eine Gebühr von rund vier Euro pro Monat können Leserinnen und Leser auf alle Angebote dieser Medien zugreifen. Abgerechnet wird nach tatsächlichen Visits auf den Medienseiten, 30 Prozent der Einnahmen gehen aber an den Paywall-Hersteller. Und: Kostenpflichtig sind vor allem Hintergrundberichterstattung, Kommentare etc., tagesaktuelles Nachrichtengeschehen wird weiter gratis zur Verfügung gestellt (vgl. Lüthi, 2012).

Bezahlung per Micropayment, also Klein(st)beträge für einzelne Artikel haben sich vor allem aufgrund technischer Probleme (einfachste Bezahlung bei gleichzeitiger Datensicherheit) noch nicht durchgesetzt. Zumindest Kleinsummen kann die deutsche TAZ lukrieren, die mit ihrer „Pay-Wahl“ bei Besuchen auf *taz.de* User zu Spenden auffordert.

Ausgedünnte Redaktionen

Abgesehen von der technischen Umsetzung steht und fällt der Versuch für journalistische Inhalte Geld zu kassieren aber vor allem mit einer Frage: Wofür sind UserInnen bereit zu zahlen? Die Antwort ist simpel: Was im Special- und Very-Special-Interest-Bereich schon immer funktioniert hat, stellt den General-Interest-Bereich vor schwierige

Probleme. Denn die Zahlungsbereitschaft hängt schlicht vom Inhalt ab, von Qualität und Quantität, von der thematischen Breite, der Tiefe und Exklusivität. Genau an dieser Stelle hakt es. Im Zuge der Krisenjahre wurden in den Redaktionen umfangreich Stellen abgebaut und das journalistische Angebot ausgedünnt. Die Online-Redaktionen wurden vor allem in Deutschland und Österreich, mit sehr wenigen Ausnahmen überhaupt nur auf ein Mindestmaß ausgebaut worden. Auch große überregionale Medien hingen (und hängen) dem Glauben an im Onlinebereich mit einem ein bis zwei Handvoll JournalistInnen ihr Auskommen zu finden. Für Österreich ist die Situation drastischer: Erst mit 1. Juli 2013 wurde ein Großteil der OnlineredakteurInnen in den neuen Journalismuskollektivvertrag übernommen. Zuvor waren diese in billigeren, branchenfremden Kollektivverträgen (IT, Werbung und Marktkommunikation) bezahlt worden.

Mit der Angleichung der Kollektivverträge nahmen praktisch alle großen heimischen Tageszeitungen ein weiteres Projekt in Angriff: die Zusammenführung der Print- und Online-Redaktionen. Schon in Deutschland (*Spiegel*) und in der Schweiz (*20 Minuten*) hatten diese Schritte vor allem bei einigermaßen ausgebauten und erfolgreichen Onlineabteilungen zu groben Verwerfungen geführt. Diese Konflikte entzündeten sich nicht nur aus rein organisatorischen Gründen, sondern vor allem an der journalistisch-strategischen Ausrichtung. Glaubt man den Stimmen aus den heimischen Redaktionen, so gibt es hier in vielen Fällen kein Problembewusstsein. OnlineredakteurInnen werden vielfach ohne begleitende Maßnahmen in die Printredaktionen eingegliedert. Dabei wird weder beachtet, dass Onlineartikel eine andere Textsorte mit besonderen Anforderungen sind, noch gibt es in irgendeiner Form ernsthafte inhaltliche Konzeptionen bzgl. des Onlineauftritts. Zum Teil wird immer noch die Auffassung vertreten, die Website sei ohnehin kein journalistisches Produkt, sondern nur ein Marketingtool um das jeweilige Printprodukt zu verkaufen. Angesichts solcher Haltungen wäre es nicht verwunderlich, wenn der eine oder andere Titel in Österreich kurz- bis mittelfristig aus der Medienlandschaft verschwindet.

Denn wenn gerade Titel wie die *New York Times* und das *Wall Street Journal* mit vergleichsweise personell großen Redaktionen, vielen exklusiven Inhalten und einer internationalen LeserInnen-

schaft einigermaßen mit einer Paywall über die Runden kommen, dann heißt das noch lange nicht, dass die durchschnittliche österreichische Zeitung das auch schafft. Die inhaltlichen Überschneidungen mit der Konkurrenz sind dafür zu groß:

„Spätestens im Netz wurde und wird deutlich, in welch geringen Umfang die Mehrzahl der Tageszeitungsverlage genuine und spezifische publizistische Leistung anbietet.“
(Jarren, 2012, S. 166)

Das im deutschsprachigen Raum als Mantra von Verlegerseite vorgetragene „Wir bieten Qualitätsjournalismus“ bezeugt daher häufig entweder Realitätsverlust oder ist als reine Abgrenzung und Selbsterhöhung gegenüber dem – übrigens ökonomisch erfolgreicherem – Boulevard interpretierbar. Denn mit den Einsparungen in den Redaktionen und fehlenden und/oder falschen inhaltlichen Strategien kann man hier nicht mehr nur von einer Medienkrise im Sinne einer Krise von Verlagshäusern sprechen, spätestens hier ist auch eine Krise der Inhalte, einer journalistischen Krise zu bemerken. Das Ausbleiben von Leserinnen und Leser ist dann eine logische Folge dieser Abwärtsspirale.

Mediengemischtwaren statt Journalismus

In diesem Sinne, ist die Krise auch und vor allem eine Krise der MedienmanagerInnen: Denn „digitale Strategien“ gibt es sehr wohl, allerdings nicht im journalistischen Bereich, sondern in dem der Vermarktung und des Erzielens von Erlösen jenseits des Journalismus.

„Der klassische Verleger mit innerem Wertekompass ist heute weitgehend von seelenlosen Verlagsmanagern abgelöst worden, die Zeitungen wie jedes x-beliebige andere Geschäftsmodell führen.“
(Leif, 2012)

Tatsächlich sind Medienhäuser teilweise zu etwas wie Mediengemischtwarenhandlungen geworden. Aufgekauft werden unter anderen Special-Interest-Seiten, für die NutzerInnen eher zahlen, genauso aber diverse Schnäppchen-Websites, Reisebuchungssites, also „neue profitable Business-Modelle im Internet, die wenig bis nichts mit Journalismus zu tun haben.“ (Leif, 2012). Dabei stellen sich die Akquisitionen nicht selten als

ein Schlag ins Wasser heraus. „Dot-com-Bingo“ nennt das Hansi Voigt, ehemaliger Online-Chefredakteur von *20 Minuten* in der Schweiz, der im deutschsprachigen Bereich als einer der profiliertesten Akteure im digitalen Journalismus gilt:

„Da werden Firmen zusammengekauft, die nichts mit dem enormen Wert zu tun haben, den Redaktionen für den Verleger schaffen: Aufmerksamkeit.“
(Moser, 2013)

Er macht in einem Interview mit der *Schweiz am Sonntag* vor allem die Hegemonie der Betriebswirtschaft in den Medien für die Innovationsfeindlichkeit verantwortlich: „Es dominiert die print-geprägte Controller-Mentalität, mit der man jahrelang hervorragend gefahren ist.“ (ebd.) In den vergangenen Jahren habe Geld verdienen geheißen Kosten zu sparen. Und aus dieser Sicht seien „Journalisten nicht mehr als ein Kostenfaktor.“ (ebd.) Es dominiert also das „betriebswirtschaftliche Rationalisierungsarsenal. [...] Es machen alle so, weil alle sich gegenseitig beobachten.“ (Altmeppen, 2012, S. 48) Das aktuellste Beispiel für die Wirksamkeit dieser Haltung ist der Springer-Konzern, der Ende Juli 2013 verkündete, Regionalzeitungen und Teile des Zeitschriftenportfolios zu verkaufen. Damit holt sich Springer neues Geld für digitale Investitionen - allerdings nicht unbedingt für das Feld Journalismus. KommentatorInnen sprechen von „Visionslosigkeit“:

„Der Springer-Verlag verkauft ein riesiges Paket von Zeitungen und Zeitschriften an die Konkurrenz und entkernt sich damit selbst. Europas größtes Zeitungshaus glaubt offenbar nicht mehr daran, dass man mit Journalismus in Zukunft noch Geld verdienen kann.“
(Brauck, 2013)

Dabei werden in der Medienbranche Fehler gemacht, die auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht auffallen müssten: Während einerseits digitale Marketing- und Werbestrategien für Inhalte gewälzt werden, fällt andererseits fallsweise gar nicht auf, dass es kaum mehr JournalistInnen gibt, die den „Content“, wie diese Inhalte in dem Kontext genannt wird, auch herstellen. Dass dabei auch häufig die Grauzone zwischen PR und Journalis-

mus strapaziert wird, bezahlte Beiträge getextet und – auch wie im Print schon lange üblich – gesponserte Specials erscheinen, untergräbt freilich das höchste Gut eines Mediums: seine Glaubwürdigkeit.

Aufgrund der Krise ist das Zielen auf kurzfristigen Erfolg verständlich, andererseits wäre ein langer Atem statt hektischen Schnellschüssen vielleicht das Gebot der Stunde. Nur weil die klassische Werbefinanzierung auf dem Tageszeitungsmarkt nicht mehr die alten Erlöse abwirft, heißt das nicht, dass es Online nicht besser wird. Schon jetzt gibt es Websites, die sich ohne größere Probleme mit Werbung finanzieren lassen. Und auch hier sind es manchmal die Altlasten begangener Fehler, die sich heute noch immer auswirken: Onlinewerbung wurde häufig als Zusatzbonus zu Schaltungen im Muttermedium dazugeschenkt – und damit der Markt nachhaltig beschädigt. Auch allzu aggressive Werbeformen (Über-Text-Anzei-

gen, Pop-Ups und Banner mit Sound etc.) verärgern LeserInnen mehr als sie bringen, die Installation von Adblockern ist eine logische Folge.

Dennoch: Ausgehend davon, dass der „Werbekuchen“ in Post-Wirt-

schaftskrisenzeiten wieder wächst, sucht auch diese Branche angesichts sinkender Printauflagen neue Kanäle, bei denen eigentlich nur das Web in Frage kommt: Insofern können starke publizistische Angebote im Normalfall genügend Leserinnen und Leser anziehen und damit auch für die Werbebranche attraktiv sein.

Die Ratlosigkeit ist jedenfalls nicht allein ein deutschsprachiges Phänomen: Das *Pew Research Center* hat 38 Zeitungsverlage in den USA begleitet und auch dort – noch immer – eine Art Schockstarre festgestellt:

„One pervasive feeling is that 15 years into the digital transition, executives still feel they are in the early stages of figuring out a how to proceed.“
(Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, 1012, S. 3)

Anders gesagt:

„Die Zeitungskrise – jenseits der auffallend

positiven Bilanzen der großen Verlage – ist auch eine Strategiekrise der Steuermänner.“
(Leif, 2012)

Pull statt Push

Bei allen ökonomischen Unsicherheiten der Medienhäuser in Sachen Digitalisierung liegt – neben der schon erwähnten häufig fehlenden internetadäquaten Textform und -pflege – ein anderes Unverständnis dem Dilemma zugrunde: Die für traditionelle MedienmacherInnen völlig neue Art der Herangehensweise von NutzerInnen an das Web: der notorisch aktive Nutzer, der das Pull-Prinzip und nicht mehr das Push-Prinzip verinnerlicht hat. Traditionelle Medien sind Push-Medien, Inhalte werden auf einem oder mehreren Kanälen gesendet, mit der klassischen Kommunikationsmodellen folgendens Zuversicht, dass diese am anderen Ende von RezipientInnen empfangen werden müssen. Im Web geht diese Strategie aber ins Leere: Wenn der User nicht will, kommt der Inhalt nicht an, er wird nicht angeklickt.

James Lull sieht diese Kommunikationskultur im Netz als logische Folge und Entsprechung des dominanten gesellschaftlichen Prozesses der vergangenen Jahrzehnte: der Individualisierung. Er adaptierte damit die aus IT und Marketing stammenden Begriffe Push und Pull für die Beschreibung kultureller Praktiken:

„Overall, the locus of much cultural activity today is shifting from structure and tradition (push) to individual persons and their chosen networks that are composed of varying degrees of proximity and mediation (pull).“
(Lull, 2006, S. 45)

Auf das Web gemünzt heißt das, die Nutzenden entscheiden, welche Informationen sie anfordern: „The user actively sets preferences and then searches, selects, and socializes according to his or her own schedule and priorities.“ (ebd., S. 45). Der reine „Beschuss“ mit journalistischen Inhalten reicht also nicht mehr aus, der User muss aktiv auswählen und wird dies nur tun, wenn er oder sie einen Wert darin sieht. Und anders als bei der klassischen Zeitung, die – sehr vereinfacht

gesagt – einen Aufmacher pro Tag verkauft, setzt sich dies im Web bis auf Articlebene fort. Genau aus dem Irrtum heraus, mit der Push-Strategie weiter erfolgreich sein zu wollen, ist auch ein anderes Hoffnungsfeld der Medienunternehmen vielleicht weniger erfolgversprechend als vermutet: Soziale Medien wie *Facebook* und *Twitter*. Zwar appellieren die unzähligen neuen Social-Media-BeraterInnen an zahlende KundInnen, darunter etliche Medienunternehmen, dass „nackte“ Links, reine PR-Maschinerie ohne persönlichen Touch ohne zusätzliche Informationen sowie fehlende Interaktion mit den Usern quasi Todsünden des auch nicht mehr so neuen Web2.0 sind, die Ignoranzrate ist dennoch erstaunlich hoch.

Die Ambitionen auf *Facebook* und Co. ist vor allem von einem Faktum getrieben: Hier werden die „Jungen“ vermutet, also jene Gruppe, die

Printmedien mit Qualitätsanspruch wie auch Öffentlich-Rechtliche unter den KonsumentInnen am schmerzlichsten vermissen. Ob man diese so erreicht, ohne inhaltlich auch die Lebenswelten und Verfasstheiten der „Zielgruppe“ anzusprechen, ist fraglich. Zudem scheinen die Überlegungen auch hier relativ kurzfristig: Verlage beklagen

an *Google*, dass das Unternehmen mit den Inhalten anderer Einnahmen lukriert. Bei *Facebook* scheint das kein Problem zu sein, im Gegenteil: Anders als *Google* sammelt *Facebook* die Inhalte nicht einmal selbst, sie werden von den Medien selbst dorthin gestellt. Auch dass das Unternehmen demnächst schon auf die Idee kommen könnte, von kommerziellen Anbietern Zahlungen zu verlangen, scheint kein Thema zu sein. Bei *Twitter* wiederum wird in Kauf genommen, dass es sich im Wesentlichen um ein Elitenmedium handelt, dass vor allem bei anderen JournalistInnen und nicht unbedingt bei der Masse verbreitet ist – ein Phänomen, das in ganz Europa anzutreffen, in Österreich aber besonders prägnant ist (vgl. Ausserhofer, Kittenberger & Maireder, 2012). Hier und auch auf *Facebook* liegt – man verlässt sich auch darauf, dass NutzerInnen die Inhalte sharen und damit weiterverbreiten – die Assoziation zum „alten“ Two-Step-Flow of Communication (vgl. Katz & Lazarsfeld, 1962) nahe. Es bleibt zu-

Bei allen ökonomischen Unsicherheiten der Medienhäuser in Sachen Digitalisierung liegt [...] ein anderes Unverständnis dem Dilemma zugrunde: Die für traditionelle MedienmacherInnen völlig neue Art der Herangehensweise von NutzerInnen an das Web.

mindest fraglich, ob das heute gesellschaftlich und demokratiepolitisch wünschenswert ist. Und schließlich ist unklar, wie lange der offenbare Siegeszug von Social Media noch anhält, gerade bei der bereits nächsten Generation scheint ein Trend Richtung nicht-öffentliche Kommunikation in geschlossenen Gruppen etwa über den Online-SMS-Dienst *WhatsApp* voll einzusetzen.

Öffentlich-Rechtliche – Grundrecht auf Information?

Angesichts – aber durchaus abseits – der vakanten digitalen Geschäftsmodelle für einzelne Medien stellt sich die Frage der Finanzierung des Journalismus im Allgemeinen. Ins Spiel gebracht werden dabei alte und neue Formen der Stiftungsfinanzierung (z.B. nach dem Beispiel des US-Projekt *ProPublica*), Crowdfunding und Kooperationen mit anderen Organisationen und/oder Community Medien (vgl. Weichert & Kramp, 2009; Jarren, 2012, S. 68ff). Schließlich wird eine weitere Option genannt: Die Orientierung an Öffentlich-Rechtlichen:

„Bleibt die Frage, ob bedrohte Zeitungshäuser ihr Heil nicht doch möglicherweise in einem öffentlich-rechtlichen Modell nach dem Vorbild von ARD und ZDF oder der BBC in Großbritannien suchen sollten.“

(Weichert & Kramp, 2009)

Das ist insofern delikat, da private Verleger die Angebote der gebührenfinanzierten Öffentlich-Rechtlichen im Web als wettbewerbsverzerrend ansehen und die Konkurrenz, wie oben ausgeführt, möglichst weit zurückdrängen wollen. Diese wiederum kontern, einen wertvollen und von Privaten zum Teil nicht erfüllten Beitrag für die Gesellschaft – und gerade bei kleinen Ländern wie Österreich für die kulturelle Identität – zu leisten. Die Konfrontation verläuft sowohl im realen medienpolitischen Alltag wie auch in wissenschaftlichen Diskursen auf mehreren Ebenen, die alle nachzuzeichnen hier den Rahmen sprengen würde. Verwiesen sei zunächst auf die Argumentationen in ökonomischen Diskursen: Öffentlich-Rechtliche wurden mit Hinblick auf ein Marktversagen legitimiert. Meritorische, also gesellschaftlich gewollte, aber aufgrund der geringen Nachfrage nicht am Markt bereitgestellte Güter, sollten von Öffentlich-Rechtlichen angeboten werden – und nur diese. Allein die subjektive Frage, was gesellschaftlich gewollt ist, macht die Debatte schwierig. Noch umstrittener ist, wann

ein Marktversagen vorliegt. Im Bereich des Onlinejournalismus würde es das keinesfalls geben, meinen Verleger, einige Studien kommen sehr wohl zu diesem Schluss (vgl. Held, 2008; Trap-pel, 2008). Nicht zuletzt ob der kaum zu gewinnenden Diskussion auf dieser Ebene setzen viele Öffentlich-Rechtliche auf eine andere Argumentationslinie: Nach Vorbild der BBC wird mit dem Public-Value-Ansatz argumentiert, man erbringe einen Mehrwert für die Gesellschaft. Dieser lässt sich auch in einer Art Leistungsschau dokumentieren (vgl. Troxler, Süssenbacher & Karmasin, 2011). Eine Einschränkung auf nur jene Dienste, die Private (aus Kostengründen) nicht anbieten, birgt aus öffentlich-rechtlicher Sicht die Gefahr, so marginalisiert zu werden, dass allgemeine Gebühren gar nicht legitimierbar sind.

Ingesamt gewinnen andererseits ökonomische Rechtfertigungen für öffentlich-rechtlichen Rundfunk vor allem dann an Aussagekraft, wenn sie an konkrete Ausformungen der Medienlandschaft geknüpft werden. Ein solcher Schritt scheint zunächst die Argumente der Privaten zu stärken, da die konkrete Verfasstheit der Anstalten – quer durch Europa – regelmäßige Angriffsfläche für Kritik (Politiknähe, Organisationsform, Finanzgebaren, Programm- und Personalentscheidungen, Gebührenfinanzierung als solche etc.) bietet.

Demgegenüber kann allerdings ein starker Öffentlich-Rechtlicher – insbesondere im Bereich der neuen Medien – vor allem in stark konzentrierten Medienmärkten als wichtiges Gegengewicht gesehen werden (vgl. Jakubowicz, 1999). Das trifft insbesondere auf Österreich zu. Eine Entflechtung in der Medienbranche scheint eher unwahrscheinlich – mit den unklaren Zukunftsaussichten (und nicht absehbaren neuen Strategien) einiger Medienhäuser ist eher das Gegenteil zu befürchten.

„Aufgrund der Finanzierungsprobleme der Tagespresse wie auch aufgrund fortschreitender Prozesse der Medienkonzentration kommt dem wesentlich über Gebühren finanzierten öffentlichen Rundfunk auch mit Blick auf die publizistische Qualität eine zunehmend gewichtigere Funktion zu.“

(Jarren 1012, S. 170)

Aus demokratiepolitischer Sicht zugespitzt wird die Situation aber nicht nur durch ein mögliches finanziell bedingtes Verschwinden einiger privaten Anbieter, sondern auch durch die derzeit absehbare Entwicklung von frei zugänglichen zu

kostenpflichtigen journalistischen Inhalten im Web. Wiederum unter der begründeten Annahme, dass das Web für Journalismus und den politischen Diskurs weiter an Wichtigkeit gewinnt und mittelfristig dabei auch andere Verbreitungs-kanäle überholt, stellt sich die Frage, ob bei einer rein kommerziellen Onlinemedienlandschaft damit nicht Teile der Gesellschaft von qualitativ hochwertigen journalistischen Inhalten ausgeschlossen werden. Betroffen wären jene Gruppen, die sich das nicht leisten können oder wollen, wohl Ärmere und Jüngere. Diese kann man dem Boulevard überlassen, der mit der Finanzierung von Gratisinhalten wohl keine Probleme haben wird, oder setzt auf eine hochwertige „digitale Grundversorgung“ durch Öffentlich-Rechtliche.

In diesem Sinne argumentierte etwa Siegfried Weischenberg in seinem Eingangsreferat der DJV-Fachtagung *Zukunft des Rundfunks*: Qualität, dass „auch und gerade im Internet-Zeitalter das Grundrecht auf Information und Kommunikation“ abgesichert sein müsse (Weischenberg, Vortrag, 3.9.2007). Gerade in Zeiten, in denen schon lange von einer Informationsgesellschaft die Rede ist, spricht vieles aus demokratie- und auch sozialpolitischen Gründen für ein tatsächliches Grundrecht auf Information und damit „auf die chancengleiche Teilnahme an Prozessen der Meinungs- und Willensbildung“. (Habermas, 1994, S. 156).

Veränderungspotentiale und Innovation?

Die Medienkrise umfasst eine Vielzahl von Faktoren, AkteurInnen, institutionellen Bedingungen oder auch rechtlichen Veränderungen. Komplexe und umfangreiche Veränderungsprozesse stellen große Herausforderungen an handelnde Personen und Organisationen. Diesen Herausforderungen offen und innovativ zu begegnen fällt, wie im bisherigen Text dargestellt, schwer bzw. bedingen Handlungsstrategien die Bisheriges in Frage stellen, alte Muster oder Abläufe obsolet machen und neue Wege herausfordern. Im zweiten Teil dieses Textes geht es um Zugänge zu Innovations- und Veränderungsprozessen: Wie können sozialwissenschaftliche, im konkreten Fall praxeologische

bzw. praxistheoretische, Ansätze und methodologische Zugänge Material für Innovationen liefern und welche konkreten Veränderungsprozesse würden sich aus diesen Analysen ergeben?

Die Implementierung von Veränderungsprozessen ist immer auch ein – oft auch ungeliebter – Aufwand und letztendlich umfassend beanspruchend: Ziele müssen verändert werden, Arbeits- und Organisationsprozesse angepasst, Verhältnisse neu definiert und Althergebrachtes über Bord geworfen werden. Alles Aspekte, die gesellschaftliche, wie auch mediale Bereiche vor Anstrengungen stellen, denen oftmals mit dem Rückzug auf Bekanntes und Gewohntes begegnet

wird. Welche Themenkomplexe und medialen Aspekte dabei betroffen sind, wurden im ersten Teil dieses Artikels dargestellt und argumentiert. Beide Ansätze sind dem aktuellen wissenschaftlichen Diskurs entnommen: Die Praxistheorien verändern seit rund zehn Jahren sozialwissenschaft-

liches Denken und fordern nicht nur theoretisch, sondern auch methodologisch bzw. methodisch heraus. Der Zugang der *situational analysis* nach Adele Clarke fokussiert auf die empirische Umsetzung von Situationsanalysen und arbeitet mittels der Erstellung unterschiedlicher Karten, Clarke folgend *maps* genannt, an der Rekonstruktion und Analyse komplexer sozialer Konstellationen. (Clarke, 2005) Beide Ansätze verbindet die Erkenntnis, dass komplexe Fragestellungen und Herausforderungen auch komplexe Analyseinstrumentarien benötigen, die einerseits Komplexität erfassen und begreifen lassen, andererseits aber auch die Instrumente zur Verfügung stellen, die aus diesen Analysen notwendige und praxisorientierte Ergebnisse liefern.

Das soziale Feld der Medien – der Begriff des Feldes wird hier im Sinne Bourdieus verwendet (vgl. Bourdieu, 1985, S. 9ff; Bourdieu, 1993, S. 107ff) – einer praxeologischen und auch situativen Analyse zu unterziehen, kann Veränderungsprozesse dabei unterstützen Komplexitäten und Schwierigkeiten auszudifferenzieren.

„Analytisch betrachtet, bezieht sich der Begriff des sozialen Feldes auf eine Konfiguration oder Konstellation, die meist einen Markt, die betei-

Das soziale Feld der Medien [...] einer praxeologischen und auch situativen Analyse zu unterziehen, kann Veränderungsprozesse dabei unterstützen Komplexitäten und Schwierigkeiten auszudifferenzieren.

lichten Akteure und ihre Interessen, sowie Strategien, den oder die institutionellen oder organisatorischen Kontexten, wie auch die typisch zu erwartenden Spannungen und Konfliktlinien umfaßt.“

(Müller, 1992, S. 263f)

Im Folgenden wird der Versuch gestartet das aufgeworfene Thema des Medienwandels in beiden Ansätzen zu kontextualisieren und damit zu zeigen, welche Potentiale im Einsatz solcher Zugänge liegen.

Der *practice turn* transferiert in die Medienwelt

Die Spannweite der praxistheoretischen Ansätze ist groß, die vertretenen Ansprüche unterschiedlich und doch einen einige Grundelemente all diese theoretischen Entwürfe: Der Blick ist auf die tatsächlich stattfindenden Ereignisse gerichtet (vgl. Reckwitz, 2004). Selbst-Theoretisierungen, d.h. die Erklärungen und Motive zu bestimmten Handlungen, so wie sie in vielen sozialwissenschaftlichen Interviews Zweck und Ziel sind, interessieren kaum. Die Kluft zwischen theoretisierten Self-Report-Daten und den tatsächlichen doings und sayings, dem Getanem und Gesagtem, in einer spezifischen Situation ist groß. Zielt ersteres auf Motive und Ansprüche ab und transportiert das (selektierte) Wissen einer Person, orientiert sich das Projekt der Praxistheorien an tatsächlich Vorhandenem. Vieles das im Feld der Medien ent- und besteht, ist nur schwer explizierbar und liegt implizit vor.

In Abgrenzungen zu älteren Definitionen von Kultur differenzieren sich die Praxistheorien in einem modifizierten Verständnis von Handeln, AkteurInnen, Subjekt und vor allem dem Sozialen (vgl. Reckwitz, 2003, S. 282) Die Ausdifferenzierung unterschiedlicher handelnder Gruppen von AkteurInnen und auch Aktanten lässt den Schluss auf daraus resultierenden Effekte zu: Beispielfhaft kann dies am gerade in Kraft getretenen neuen Kollektivvertrag festgemacht werden. Als AkteurInnen greifbar werden sowohl JournalistInnen, deren Umgruppierungen durch den Aktant Kollektivvertrag einen Veränderungsprozess darstellen. Vormalig getrennte Bereiche wie Print- und Onlinejournalismus fallen durch die Gleichstellung in einer gemeinsamen Vertragsform nun zusammen. Der rechtliche Aktant Kollektivvertrag zieht so auch räumliche, strukturelle und organisatorische Änderungen – das Zusammenlegen

von Print- und Onlineredaktionen bzw. die Integration von Einzelpersonen in neue kollektive Redaktionsstrukturen – nach sich. Auswirkungen, die auch den AkteurInnen des Managements bewusst werden (sollten): Das Medienunternehmen verändert sich. Diese Veränderungen bleiben nicht ohne Folgen und bräuchten eine Begleitung des Prozesses. Die identifizierten Elemente dieses Veränderungsprozesses können mithilfe eines praxistheoretischen Instrumentariums im Weiteren analysiert werden.

Bei einer praxeologischen Perspektive geht es darum wie „Raum und Zeit“ gebunden werden und wie Handlungen durch verschiedene Wissensformen – implizites, methodisches und interpretatives Wissen – in Praktiken eingebettet werden. Als ein Bündel von Aktivitäten werden diese in der Kollektivität von Verhaltensweisen verstehbar (vgl. Reckwitz, 2003, S. 289)

„Die Praxistheorie begreift die kollektiven Wissensordnungen der Kultur nicht als ein geistiges ‚knowing that‘ oder als rein kognitive Schemata der Beobachtung, auch nicht allein als die Codes innerhalb von Diskursen und Kommunikationen, sondern als ein praktisches Wissen, ein Können, ein know how, ein Konglomerat von Alltagstechniken, ein praktisches Verstehen im Sinne eines ‚Sich auf etwas verstehen‘.“

(Reckwitz, 2003, S. 289)

Im Mittelpunkt stehen dabei die tatsächlichen und stattfindenden Praktiken: Zum Beispiel die Praktiken der Medienproduktion ebenso wie jene des Medienkonsums. Reckwitz versteht Praktiken

„als know-how abhängige und von einem praktischen ‚Verstehen‘ zusammengehaltene Verhaltensroutinen, deren Wissen einerseits in den Körpern der handelnden Subjekte ‚inkorporiert‘ ist, die andererseits regelmäßig die Form von routinisierten Beziehungen zwischen Subjekten und von ihnen ‚verwendeten‘ materialen Artefakten annehmen.“

(Reckwitz, 2003, S. 289)

Sind Praktiken bei Reckwitz „ein typisiertes, routinisiertes und sozial ‚verstehbares‘ Bündel von Aktivitäten“, benennt sie Schatzki als „organized spatial-temporal manifolds of human activity“. Lange Zeit fanden die Praktiken der Medienproduktion ihre Entsprechung in den Praktiken des Medienkonsums. Solange die Erwartungshaltungen der AkteurInnen übereinstimmen, bleibt die bestehende Ordnung intakt. Ein Aspekt der

Medienkrise lässt sich auf dieser Ebene der Produktions- und Rezeptionspraktiken verorten. Zweitere haben sich für gewisse gesellschaftliche Gruppen geändert und werden sich künftig noch verstärkt ändern. Medien wie Zeitungen oder Fernsehen agieren als Lean-backward-Medien (Nielsen, 2008), demgegenüber sind Angebote im Netz als Lean-forward-Medien zu begreifen.

NutzerInnen mit habitueller Lean-forward-Verankerung sind für klassische Medien und deren üblichen Gebrauchsweisen nicht mehr zwingend zu begeistern. Egal welche Marketingpraktiken oder Werbestrategien installiert werden:

Sie können nicht greifen.

Die Praktiken sind nicht

kompatibel. Projekte, die

– mehr schlecht als recht

– versuchen z.B. Social

Media in herkömmliche

Mediennutzung zu inte-

grieren, sind daher per se

zum Scheitern verurteilt. Erst mittels neuer Formate kann diesen neuen Nutzungspraktiken gerecht werden. Als Beispiel dafür wird gerne der britische *Guardian* angeführt, in dessen Rahmen neue journalistische Praktiken gelebt werden. Die Rolle der Journalist-Innen ändert sich hierbei und die NutzerInnen werden zu aktiven AkteurInnen. Die Aufgaben werden gesamt gesehen interaktiver, fordern die Organisation und die handelnden Personen allerdings zu Neudefinitionen heraus. Bestehen derzeit die Angebote von Lean-backward und -forward-Medien (noch) zu Recht nebeneinander – derzeit sind noch genügend lean-backward-sozialisierte Menschen aktiv Medienkonsumierende – so wird sich das Verhältnis demographisch bedingt unaufhaltsam ändern. Bei jungen Erwachsenen ziehen neue bzw. andere journalistische Formen wie *The Verge* die Aufmerksamkeit auf sich: Magazin, Channel mit Videobeiträgen, Photostories, Foren und alles was das Web 2.0 bzw. auch Social Media hergeben, sind zu einem Produkt verschmolzen und untereinander vernetzt. Die Zusehenden sind auch KommentarInnen, machen Vorschläge für Themen und werden manches Mal selbst zu medialen AkteurInnen. Mitgestaltung und Partizipation werden so zum Charakteristikum der Mediennutzungspraktiken im habituellen Lean-forward.

Die Ritualisierungen des Medienkonsums, eine Form der Organisation von Alltagspraktiken, werden parallel zur Entwicklung der Möglichkeiten kurzlebiger. Früher für Medienkonsument-

Innen fixe Rituale – ein Abo einer Tageszeitung, das Schauen der ZiB oder das Hören des *Mittags-journals* auf Ö1 – werden für lean-forward-orientierte NutzerInnen unbedeutender: Alles kann gesucht, gefunden, nachgelesen bzw. -gehört werden, ist die dementsprechende Erwartungshaltung. Ein praxeologischer Aspekt, jener des Umgangs mit Körperlichkeiten, die durch diese Haltungen bedingt sind, sei an dieser Stelle nur kurz angerissen: Während die klassische Haltung eines Lean-backward-Rezipierenden eine sitzend bzw. liegende z.B. auf der Couch ist, ändert sich dies für Lean-forward-Orientierte. Berieselung

wird uninteressant, selbst machen und suchen, die Entwicklung eigener dementsprechender Rituale und medialer Praktiken stehen hier im Vordergrund. Ein mediales Angebot, das dieser

Einstellung entspricht, muss Wahlmöglichkeiten anbieten, Partizipation in Form von Kommunikation ermöglichen und führt damit zu einer Auflösung der Eindeutigkeiten von Produzent- und RezipientInnen. Die langjährige Dualität funktioniert nicht mehr. Ein Festhalten an der herkömmlichen Praxis oder auch eine leichte Modifikation bisheriger Konzepte wird nicht reichen: Neues, Anderes und noch nicht Fixiertes unter Einbezug der tatsächlichen AkteurInnen und auch Situationen wäre hier eine mögliche Umgangsform.

Die Aktivitäten, die eine Praktik ausmachen sind durch „understandings, rules, and normative teleologies“ organisiert (Schatzki, 2010, S. 129). Schatzki fasst Praktiken in seiner Definition als „temporally unfolding and spatially dispersed nexus of doings and sayings“ (Schatzki, 1996, S. 89). Während doings and sayings die Handlungen und Interaktionen der AkteurInnen sind, zielt der nexus auf die Organisation der Praktiken: die Strukturen und Ordnungen, die in den Praktiken ihre Umsetzung finden.

Auch hier, im Bereich des nexus, lassen sich unterschiedliche Lagerungen fassen: Während die EntscheidungsträgerInnen in Medien – jene im Management sitzenden Menschen, die mit dem Umgang mit der Krise und der Zukunft der Medienstrukturen ringen – meist klar im Lean-backward verankert sind, werden Lean-forward-orientierte MedienkonsumentInnen zunehmend

Mitgestaltung und Partizipation werden zum Charakteristikum der Mediennutzungspraktiken im habituellen Lean-forward.

immun gegen die Angebote ersterer. Jenen fehlt das was von Schatzki als *practical understanding* und *practical intelligibility* bezeichnet wird, das praktische Verstehen und Verständnis bzw. auch die Verständlichkeit der neuen medialen Situationen. Auch wenn BeraterInnen mit *Lean-forward*-Orientierung engagiert werden, zieht dies nicht zwangsläufig Veränderungen nach sich. Die eigentliche Position der Entscheidenden verändert sich nicht, das Social-Media Angebot oder die Nutzung einer Website wird nur als Zusatzangebot qualifiziert. Zu integralen und umfassenden Konzepten führt dies nicht. Ein Weg wäre die vorhandenen, auch medieneigenen, Kompetenzen zu nutzen. Online-RedakteurInnen in Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse in den Organisationen zu integrieren und nicht in ausgelagerten Strukturen zu halten bzw. als Inseln zu isolieren. Ein Spielfeld als Ganzes zu betrachten und notwendige AkteurInnen und Aktanten zu identifizieren und Partizipation zu ermöglichen, wäre ein Ansatz. Auch ein anderer Umgang mit NutzerInnen abseits von marktforschungsüblichen Befragungen, sondern ein Einbezug von unterschiedlichen Mediennutzungsrealitäten und -situationen in die Entwicklung neuer Formate, kann helfen die geänderten Realitäten in Medienwelten zu holen.

Zentral ist ein Nachvollziehen unterschiedlicher Logiken, die in die konträren medialen Praktiken eingelagert sind. Als wichtige Grundposition der Praxistheorien fasst Reckwitz die implizite Logik der Praxis, die sich ergibt

„indem die Praxistheorie sowohl die Materialität der Körper und ihr inkorporiertes Wissen als auch die Materialität der Artefakte als notwendige Bedingungen und Bestandteile der Entstehung und Repetitivität einzelner sozialer Praktiken hervorhebt.“
(Reckwitz, 2003, S. 191)

Im Rahmen einer sozialen Praktik wird praktisches Wissen mobilisiert, eingelagert in die Praktik werden kulturelle Codes und symbolische Ordnungen in Routinen reproduziert. Kennzeichnend für die Logik der Praxis sind die Routiniertheit bei gleichzeitiger Unberechenbarkeit von Praktiken, die Zeitlichkeit des Vollzugs einer Praktik und das Subjekt als lose gekoppeltes Bündnis von Wissensformen. Das praxeologische Vokabular bietet hier unzählige Anknüpfungspunkte für Analysen von Notwendigkeiten für Veränderungsprozesse. Dass dabei die Logiken

von Wirtschaftlichkeit und Gewinnorientierung mit ihrem Fokus auf Berechenbarkeit und Sicherheit, der Logik der partizipativen medialen Praktiken mit den Ansprüchen auf Wahlmöglichkeiten und Selbstgestaltung meist widersprechen, erleben derzeit nicht nur Medienhandelnde. Auch viele andere gesellschaftliche Felder wie Politik, Stadtentwicklung und viele mehr stehen diesbezüglich in einer Krise, die als gesellschaftliche Veränderungsprozesse interpretiert werden können. Die Frage der partizipativen Teilnahme ist gesellschaftlich im Allgemeinen, aber insbesondere für mediale Sphären wie auch für die Öffentlich-Rechtlichen Chance und Existenzberechtigung gleichermaßen.

Die Auflösung von Polaritäten als Chance

In dieser Darstellung wird auch ein weiterer Anspruch greifbar, der tragend für das Projekt der Praxistheorien ist: Die Auflösung der Grenzen zwischen Theorie und Empirie. (vgl. Schmidt, 2012, S. 13ff.) Sind beide Felder bis heute in den meisten Wissenschaften fein säuberlich getrennt, lösen praxeologisch Orientierte diese Grenzen auf. Praxistheorie kann nicht ohne Bezug zur Praxis existieren, wie auch die empirische Arbeit nicht ohne theoretische Fundierung und dementsprechenden Output existieren kann. Das Projekt der Praxistheorien kann – in ihrer noch immer vorhandenen wissenschaftlichen Übersichtlichkeit – so auch an sich selbst die Pionierarbeit der Offenheit und Vernetzung demonstrieren. Die gemeinsame Basis sind die Analyseinstrumentarien, theoretischen Ansätze und methodischen Kenntnisse, dieses wird inter- oder transdisziplinär genutzt um den beforschten Situationen gerecht zu werden. Die Situation bedingt die Wahl des Ansatzes und der Analyse, nicht ein Konstrukt im oft zitierten Elfenbeinturm der Wissenschaft. So wird das – wissenschaftliche – Projekt der Praxistheorien zu einem Veränderungsinstrument das variabel und passend angewendet werden kann: umlegbar und einsetzbar in diversen gesellschaftlichen Feldern.

Situational Analysis – ein methodisches Tool zur Analyse von Situationen

Komplexe Situationen benötigen komplexe methodische Ansätze. Diesem Leitsatz folgend und geschult in der Umsetzung von *grounded theories*

entwickelte Clarke diese unter Einbezug diskurs-analytischer Elemente weiter. Kern dieses Zuganges ist die interpretative Analyse bestimmter Settings unter Einbezug einer Vielzahl unterschiedlicher Quellen und Materialien. Nicht, wie sonst meist üblich, eine einzelne Sorte von empirischem Material wird als Datenbasis herangezogen, sondern unterschiedlichste Quellen können so zu einer umfassenden Analyse beigezogen werden. Ziel ist immer die Entwicklung von in Daten begründeten theoretischen Ansätzen auf einer gegenständlichen Ebene mit starkem Bezug zur Praxis – in diesem Sinne kann die *situational analysis* in praxeologischer Logik als klare methodisch-methodologische Antwort auf die Frage nach dem Umgang mit Komplexitäten gelesen werden.

Die Praxis findet sich in konkreten Situationen wieder. Clarks Studien stammen, der Tradition der *grounded theory* folgend, aus gesundheitswissenschaftlichen Thematiken, finden aber inzwischen in unterschiedlichsten Feldern ihre Umsetzung. Die Ergebnisse sind Modellentwicklungen und Erklärungsansätze, die in zyklischer Analyse – Veränderungsprozesse werden so in der methodischen Arbeit reflektiert – Komplexes verstehen lassen und unterschiedliche Perspektiven handelnder Personen, Gruppen und organisationeller bzw. institutioneller Bedingungen rekonstruieren. Die Lösungsorientierung ergibt sich fast automatisch: Durch ein Verstehen und Nachvollziehen der konkreten und aktuellen Situationen mit ihren Bedingungen eröffnen sich aus der Analyse mögliche Lösungsszenarien und Anknüpfungspunkte. Auf die wissenschaftstheoretischen Hintergründe dieses Zuganges einzugehen, würde den Rahmen dieses Artikels sprengen. Um dem methodologischen Ziel jedoch Rechnung zu tragen, sei darauf verwiesen, dass interpretative Ansätze nicht Repräsentativität im klassischen quantitativen Paradigma im Hinblick auf eine Grundgesamtheit wie z.B. der Bevölkerung eines Landes anstreben, sondern hin zu einer Repräsentativität aller Konzepte in einem sozialen Feld streben: Ziel ist sämtliche Sichtweisen, Perspektiven und Konstrukte, die in einem bestimmten Bereich vorhanden sind bzw. genutzt werden, zu erfassen und analysieren. Repräsentativität in diesem Sinne meint also sämtliche Denkweisen,

die in Situationen eines Feldes eingelagert sind, zu rekonstruieren und umfassend greifbar zu machen. In der Thematik dieses Artikels sind damit die Medien und alle im medialen Feld wirksamen AkteurInnen, die Verhältnisse und Relationen von diesen, im praxeologischen Sinne auch die wirksamen Materialitäten und Körperlichkeiten, gemeint.

Clarks Instrumente sind *maps* mit deren Hilfe in einem interpretativen Prozess den schon ausgeführten Thematiken nachgegangen wird: Erster Schritt sind *situational maps*, die einem ungeordneten Brainstorming ähneln und mit deren Hilfe menschliche und nichtmenschliche AkteurInnen, gesellschaftlich existente und relevante Diskurse und weitere Elemente identifiziert werden können. Mit Hilfe dieser Identifizierungsprozesse werden Verhältnisse und Positionen verhandelbar und führen im Folgenden zu weiteren *maps*.

In *social world/arena maps* geht es um die Betrachtung von kollektiven AkteurInnen, wie Organisationen und Institutionen, das Feld im Bourdieuschen Sinne mit seinen Kräften und Relationen, Verhandlungen und Dispositionen. Damit verbunden sind in unterschiedliche Perspektiven eingelagerte Interpretationen und Deutungen bestimmter Situationen dieser Felder.

Positional maps, als drittes Instrument, verdeutlichen die im Feld eingenommenen Perspektiven und explizieren einzelne Positionierungen der vorangegangenen *Maps*. Immer basierend auf vorhandenem Datenmaterial (und damit ebenso belegbar wie theoretische Arbeiten) explizieren *positional maps* Positionierungen, Differenzen und kontroversielle Haltungen ebenso wie spezifische Faktoren der Situationen.

Im Laufe eines Analyseprozesses entstehen unzählige *maps*, werden verworfen, neu gemalt oder wieder aufgegriffen. In einem zyklischen Prozess kann so greifbar werden, was sonst eine ungewohnte Herausforderung darstellt: Umgangsformen mit Komplexität, etwas wovon nicht nur sozialwissenschaftliche Arbeiten profitieren könnten. Gesellschaftlichen, auch medialen, Veränderungsprozessen täten diesbezügliche Strategien gut anstatt an Vereinfachendem und Althergebrachten festzuhalten.

Bibliographie:

- Altmeppen, K (2012). Einseitige Tauschgeschäfte: Kriterien der Beschränkung journalistischer Autonomie durch kommerziellen Druck. In: Jarren, O., Künzler M. & Puppis M. (Hg.), *Medienwandel oder Medienkrise?* Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden, S. 37-52.
- Ausserhofer J., Kittenberger A. & Maireder A (2012). *Twitterpolitik*. Netzwerke und Themen der politischen Twittersphäre in Österreich. Abgerufen von: http://www.univie.ac.at/twitterpolitik/studie/TwitterPolitik_Studie.pdf, Zugriff am 13.7.2013.
- Brauck, M. (2013). *Springer-Strategie: Journalismus im Schlussverkauf*. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/dem-springer-verlag-fehlen-ideen-und-visionen-a-913081.html>, Zugriff am 25.7.2013
- Bourdieu, P. (1985). *Sozialer Raum und Klassen*. Frankfurt a. Main.
- Bourdieu, P. (1993). *Soziologische Fragen*. Frankfurt a. Main.
- Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (2010). Abgerufen von <http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>, Zugriff von 1.7.2013.
- CERN (2013). *Twenty years of a free, open web*. Abgerufen von <http://info.cern.ch/>, Zugriff am 30.6.2013.
- Clarke, A. (2005). *Situational Analysis*. Thousand Oaks.
- Google Europe Blog (12.12.2012). *Partnering with Belgian news publishers*. Angerufen von <http://googlepolicyeurope.blogspot.be/2012/12/partnering-with-belgian-news-publishers.html>, Zugriff am 7.7.2013.
- Habermas J. (1994). *Faktizität und Geltung*. Frankfurt am Main.
- Held, T. (2008). *Online-Angebote öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten*. Eine Untersuchung des verfassungsrechtlich geprägten und einfachgesetzlich ausgestalteten Funktionsauftrags öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Hinblick auf Internet-Dienste. Baden-Baden.
- Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (2010). *Hintergrund*. Abgerufen von <http://leistungsschutzrecht.info/hintergrund>, Zugriff am 14.7.2013
- Jakubowicz, K. (1999). Public Service Broadcasting in the Information Society. In: *Media Development*, 46 (2), S. 45-49.
- Jarren, O. (2012). Kommentar: Medienkrise oder Tageszeitungsfinanzierungskrise. In: Jarren, O., Künzler M. & Puppis M. (Hg.), *Medienwandel oder Medienkrise?* Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden, S. 165-171.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1962). *Persönlicher Einfluss und Meinungsbildung*. Wien.
- Leif, T. (6.11.2012). 18 Thesen zur schwindenden Pressevielfalt. In: *carta.info*. Abgerufen von: <http://www.carta.info/50686/18-thesen-zur-schwindenden-pressevielfalt/>, Zugriff am 17.7.2013.
- Lull J. (2006). The Push And Pull of Global Culture. In: Curran J. & Morley D. (Hg.), *Media and Cultural Theory*. Oxon & New York, S. 44-58.
- Lüthi, N. (22.8.2012). Einmal zahlen, überall lesen. In: *Medienwoche*. Angerufen von <http://medienwoche.ch/2012/08/22/einmal-zahlen-ueberall-lesen/>, Zugriff am 15.7.2013.
- Moser, C. (5.1.2013). Ex-Chef von „20 Minuten“-Online kritisiert Tamedia. In: *Schweiz am Sonntag*. Angerufen von <http://www.sonntagonline.ch/ressort/medien/2708/>, Zugriff am 25.6.2013.
- Müller, H. (1992). Die soziokulturelle Ungleichheitstheorie. In: Müller, H. (Hg.), *Sozialstruktur und Lebensstile*. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Frankfurt am Main, S. 238-351.
- Nichols, J. & McChesney, R. W. (6.4.2009). The Death and Life of Great American Newspapers. In: *The Nation*. Abgerufen von <http://www.thenation.com/article/death-and-life-great-american-newspapers>, Zugriff am 19.6.2013.
- Nielsen, J. (2008). *Writing Style for Print vs. Web*. Abgerufen von <http://www.nngroup.com/articles/writing-style-for-print-vs-web/>, Zugriff am 15.7.2013.
- N.N. (2012): *American and European Tablet Owners More Comfortable Paying For content*. Abgerufen von <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/american-and-european-tablet-owners-more-comfortable-paying-for-content.html>, Zugriff am 6.5.2013.
- Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (2012). *The Search for a New Business Model*. Abgerufen von: <http://www.journalism.org/sites/journalism.org/files/SEARCHFORNEWREVENUEMODEL.pdf>, Zugriff am 24.6.2013.
- Reckwitz, A. (2003). Grundelemente einer Theorie der sozialen Praktiken. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 32 (4), S. 283-301.
- Reckwitz, A. (2004). Die Reproduktion und die Subversion sozialer Praktiken. Zugleich ein Kommentar zu Pierre Bourdieu und Judith Butler. In Hörning, K.H. & Reuter J., (Hg.), *Doing Culture: Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*. Bielefeld, S. 40-54.

- Reuters Institute for the Study of Journalism (2012). *Reuters Institute Digital Report 2012*. Abgerufen von https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Other_publications/Reuters_Institute_Digital_Report.pdf, Zugriff am 6.5.2013.
- Schatzki, T. (2010). Materiality and Social Life. In: *Nature and Culture*, 5 (2), S. 123-149.
- Schmidt, R. (2012). *Soziologie der Praktiken*. Berlin.
- Schmidt H. (29.03.2011). Trafficlieferanten der Medien: Facebook gewinnt, Google verliert. In: *FAZ.net*. Abgerufen von <http://blogs.faz.net/netzwirtschaft-blog/2011/03/29/trafficlieferanten-der-medien-facebook-gewinnt-google-verliert-2421/>, Zugriff am 9.7.2013.
- Schröder, J. (21.11.2012). FTD scheiterte nicht wegen der Zeitungskrise. In: *meedia.de*. Abgerufen von <http://meedia.de/print/ftd-scheiterte-nicht-wegen-der-zeitungskrise/2012/11/21.html>, Zugriff am 17.6.2013.
- Troxler, R., Süssenbacher, D. & Karmasin, M. (2011). Public Value-Management als Antwort auf die Legitimationskrise und Chance für neue Strategien der Mehrwertgewinnung. In: Gundlach, H. (Hg.), *Public Value in der Digital- und Internetökonomie*. Köln, S. 121-143.
- Trappel, J. (2008). Online Media Within the Public Service Realm? Reasons to Include Online into the Public Service Mission. In: *Convergence*, 14(3), S. 313-322.
- VÖZ (15.3.2013). *Gemeinsame Erklärung der deutschsprachigen Verlegerverbände*. Abgerufen von http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130315_OTS0150/gemeinsame-erklaerung-der-deutschsprachigen-verlegerverbaende. Zugriff am 16.6.2013.
- VÖZ (6.9.2012a). *Startschuss für VÖZ-Kampagne: „Steigern Sie den Wert Ihrer Meinung“*. Abgerufen von http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120906_OTS0083/startschuss-fuer-voez-kampagne-steigern-sie-den-wert-ihrer-meinung-bild. Zugriff am 16.6.2013.
- VÖZ (14.12.2012b). *Thomas Kralinger ist neuer VÖZ-Präsident*. Abgerufen von http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20121114_OTS0293/thomas-kralinger-ist-neuer-voez-praesident. Zugriff am 16.6.2013.
- Weichert, S. & Kramp, L. (2009). Das große Zeitungssterben. Krise und Chance der Publizistik. In: *Medienheft*, Abgerufen von http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p09_KrampWeichert_01.html, Zugriff am 3.7.2013
- World Association of Newspapers and News Publishers (2013). *World Press Trends: Increasing Audience Engagement is Future for News Media*. Abgerufen von <http://www.wan-iffa.org/press-releases/2013/06/02/world-press-trends-increasing-audience-engagement-is-future-for-news-media>, Zugriff am 17.6.2013.

Andrea SCHAFFAR (1974)

Mag, Sozialwissenschaftlerin, derzeitige Forschungsschwerpunkte Stadt, Architektur und Wohnbau in Wien, sowie Medien- und Kommunikationsforschung. Arbeitet situativ mit jeweils passendem methodischem Instrumentarium, derzeit praxeologisch bzw. methodologisch interpretativ sowie rekonstruktiv orientiert und interessiert. Lektorin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien und an anderen Universitäten in Österreich. Nebenberuflich als Gruppen- und Organisations-trainerin bzw. Coach tätig.

Christian KÖRBER (1973)

Mag, Lektor für Multimediajournalismus am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Neben Onlinejournalismus weitere wissenschaftliche Themenschwerpunkte Medien und Gesellschaft, Medienkultur, Medienorganisation und Jugendkultur. Arbeitet hauptberuflich als Redakteur bei *ORF.at*.

Geschichtsschreibung als journalistisches Gemeinschaftsprojekt

Partizipation als Perspektive im Printjournalismus am Beispiel der *Zeitreisen*, der Geschichtsbeilage der *Wiener Zeitung*

Christina Krakovsky & Andrea Reisner
Universität Wien

Abstract

Die klassischen Medien werden, wenn nicht in der Krise, dann zumindest in einem meist als bedrohlich wahrgenommenen Wandel gesehen. Um dieser Bedrohlichkeit zu begegnen, braucht es auch im Printbereich die Bereitschaft, etablierte Strukturen zu überdenken und sich neuen Zugängen zu öffnen. Vorgestellt wird ein Projekt, das den neuen Anforderungen durch eine singuläre Herangehensweise gerecht zu werden versucht: Die Geschichtsbeilage *Zeitreisen* der *Wiener Zeitung* legt den Fokus auf partizipative Einbindung ihrer LeserInnen. Im vorliegenden Beitrag werden jene Prozesse beleuchtet, wie aus NutzerInnenbeiträgen zusammengesetzte, journalistisch anspruchsvolle Textcollagen über historische Themen entstehen. In diesem Genre der Vielstimmigkeit können historische Narrative in ihrer Prozesshaftigkeit, Brüchigkeit und Widersprüchlichkeit dargestellt und nachempfunden werden. Neben den beispielhaft erläuterten Praktiken werden auch die formalen und strukturellen Bedingungen des Projekts besprochen. Unumgänglich ist dabei, das Publikum in seiner Mündigkeit wahrzunehmen. Gleichzeitig muss jedoch auch eine intensive redaktionelle Betreuung gewährleistet werden, welche die Prozesse moderiert, überprüft und die Qualität sichert. Abgesehen von der Orientierungsleistung, die eine Auseinandersetzung mit Geschichte bietet, trägt das Prinzip der Partizipation auch zur Herstellung von Öffentlichkeit bei und übernimmt so eine demokratiepolitische Aufgabe. Medien müssen, so das Fazit, als meritorische Güter begriffen werden, die entsprechende Strukturen brauchen.

Es begann damit, daß die Tagespresse ihnen ihren »Briefkasten« eröffnete [...]. Damit ist die Unterscheidung zwischen Autor und Publikum im Begriff, ihren grundsätzlichen Charakter zu verlieren. Sie wird eine funktionelle, von Fall zu Fall so oder anders verlaufende. Der Lesende ist jederzeit bereit, ein Schreibender zu werden.

Walter Benjamin

Im Fachdiskurs ist die Beschäftigung mit den „neuen Medien“ samt der dadurch hervorgerufenen Verlagerung von Informationsflüssen inzwischen virulent geworden. Als charakteristisch gilt, dass Informationstätigkeiten nicht nur durch BerufsjournalistInnen ausgeübt werden können, sondern die Grenzen von Profession und sogenanntem Laientum durch offene Foren, Kommentarfunktionen oder insbesondere Blogs verschwimmen. In der seit langem beschworenen, wohl auch bezeichnenderweise von potenten Verlagshäusern im Staccato vermittelten Krise klas-

sischer Medien werden diesbezüglich nicht nur Befürchtungen um Qualitätsverlust formuliert. Ebenso wird der Konkurrenzdruck für traditionelle Medien durch die Möglichkeit von Informations- und Unterhaltungsbeschaffung und durch die nutzerInnenaktive Teilnahme an Gestaltungsprozessen im Web 2.0 als bedrohlich empfunden. Namentlich Printformate können aufgrund ihrer Produktionsbedingungen mit der Aktualität und Unmittelbarkeit des Internet nicht mithalten. Um ähnliche Diskussionen in der Vergangenheit aufzuspüren, muss nicht allzu weit zurückgeblickt

werden. Die Sorge um die Qualität der Medien im Zuge eines technologisch bedingten Wandels wurde in ähnlicher Weise auch mit dem Aufkommen bzw. der Zunahme des privaten Rundfunks in vielen europäischen Ländern ab Mitte der 1980er-Jahre laut. Resultat war, dass durch das vermehrte Angebot und die steigende Konkurrenz, die der private Rundfunk mit sich brachte, einerseits das Profil der öffentlich-rechtlichen Medien an Schärfe gewann respektive gewinnen musste. Andererseits ging man aber auch stärker auf Publikumserwartungen ein und gab so dem Kommerzialisierungsdruck nach (vgl. Arnold, 2008, S. 490). Obwohl die Veränderungen in der Medienlandschaft heute anders beschaffen sind, deutet die vermehrte Thematisierung der journalistischen Qualität auf eine ähnliche Dynamik hin. Notwendig ist demzufolge eine Überprüfung der Leistungsfähigkeit und des gesellschaftlichen Bedarfs von Journalismus per se (vgl. Lünenborg, 2012, S. 449). Daran anschließend sollten Empfehlungen für etwaige Anpassungen oder Schwerpunktsetzungen formuliert werden, ohne dadurch Ansprüche an die Qualität zu schmälern. Bestenfalls kann die Tauglichkeit der inspierten Formate oder journalistischen Aspekte durch diese Revision sogar gefördert und gestärkt werden, nicht zuletzt indem dafür neue Umsetzungsmöglichkeiten entdeckt bzw. vergessene wiederentdeckt werden.

Im vorliegenden Beitrag soll eine solche Umsetzungsmöglichkeit anhand eines geschichtsjournalistischen Konzeptes skizziert werden, das sich abseits von klassischen Genres bewegt, sich dabei aber ganz bewusst an den hohen Ansprüchen von Qualitätsjournalismus orientiert: Es handelt sich um das Supplement *Zeitreisen*, ein mittlerweile im 14. Jahrgang bestehendes singuläres journalistisches Projekt in der österreichischen Medienlandschaft, dem es gelungen ist, Geschichte als Thema fest in einer Tageszeitung, nämlich in der *Wiener Zeitung*, zu verankern. Dieses Blatt steht zur Gänze im Eigentum der Republik Österreich. Es übt mit dem dazugehörigen Amtsblatt auch die Funktion eines öffentlichen Verlautbarungsorgans aus und ist somit von wirtschaftlichen Interessen weitgehend unabhängig. Das Konzept der *Zeitreisen* wurde 2000 von Redakteur Alfred Schiemer entworfen und entwickelte sich im Lau-

fe der Jahre von einer Viertelseite im Bereich des Tagblattes hin zur derzeitigen Erscheinungsform, einer monatlichen Beilage mit acht Farbseiten im Format A3.¹

Die *Zeitreisen* nutzen die weit zurück reichende Geschichte des eigenen Blattes für eine historische Anbindung – ein Ansatz, der sich für die Vermittlung von Geschichte in Zeitungen grundsätzlich eignet:

„Vorteil für die mit Geschichte befassten Redakteurinnen und Redakteure ist, dass sie auf ihr Zeitungsarchiv zurückgreifen können [...] und dass ihnen ihre Leserinnen und Leser gern zuarbeiten, wenn sie dafür ‚in die Zeitung kommen‘.“

(Thiele, 2009, S. 192)

Die für den Journalismus typische „Aktualisierung der Geschichte“ anlässlich von Jubiläen und Gedenktagen (vgl. Pöttker, 2010; Arnold 2010) findet in dieser, von der Tageszeitung relativ unabhängigen Beilage hingegen kaum statt, sondern wird in der *Wiener Zeitung* von anderen Ressorts, meist dem Feuilleton oder auch der feuilletonistischen Wochenendbeilage *extra*, gepflegt.

Den *Zeitreisen* dient als Fundament für die Thementauswahl hingegen das Archiv der *Wiener Zeitung*. Dieses geht bis ins Jahr 1703 zurück, als das Blatt unter dem Titel *Wienerisches Diarium* (später auch *Wienerisches Diarium*) gegründet wurde. Für jede Ausgabe werden historische Berichte der eigenen Zeitung herangezogen und teilweise faksimiliert. Sie sind Ausgangspunkt für einen von der Redaktion verfassten Artikel, der als Aufmacher der jeweiligen *Zeitreisen*-Nummer dient. Dadurch ergibt sich ein thematischer Schwerpunkt auf dem 18. und 19. Jahrhundert, wobei auch ältere und jüngere Epochen behandelt werden.

Die auffälligste Besonderheit dieser Beilage ist aber die intensive Einbindung der LeserInnenenschaft. Zu jedem der Hauptartikel stellt die Redaktion mehrere Fragen aus dem Themenfeld Geschichte an das Publikum bzw. gibt Anregungen zur weiterführenden Recherche. Die Ergebnisse dieser Beschäftigung werden in die Redaktion geschickt, dort durchgesehen, die prägnantesten Stellen ausgewählt und in redigierter Form wiederum zu eigenen Artikeln zusammengefügt. Von den BeiträgerInnen werden so viele wie möglich

¹ Betreut wird die Beilage derzeit von einer fixen Redakteurin, Mag. Andrea Reisner, drei regelmäßig beschäftigten freien MitarbeiterInnen (Mag. Christina Krakovsky, Mag. Barbara

Ottawa und – seit seiner Pensionierung als langjähriger Redakteur und Leiter der *Zeitreisen* – Prof. Alfred Schiemer) sowie von Georg Friesenbichler als ehrenamtlicher Lektor.

namentlich genannt und direkt oder indirekt zitiert. Ein großer Teil der Beilage, meist mehr als die Hälfte, steht so im Wesentlichen den RezipientInnen zur Verfügung, die somit auch die Rolle von redaktionell begleiteten AutorInnen übernehmen.

Öffentlichkeit durch Partizipation

Insbesondere durch den partizipativen Charakter der *Zeitreisen* kann die Thematisierung von Historie mit der grundsätzlichen Aufgabe des Journalismus, der Herstellung von Öffentlichkeit (vgl. Pöttker, 2010, S. 114), verknüpft werden.

Öffentlichkeit, begriffen als „Strukturprinzip der gesellschaftlichen Kommunikation“ und als „Prinzip der Unbeschränktheit“ (Pöttker, 2010, S. 110), stellt ein allgemeines meritorisches Gut der Gesellschaft dar und geht damit über das Wesen des Journalismus, also das Publizieren an sich, hinaus. Durch die „Unbeschränktheit“ wird ebenso die grundlegende Erreichbarkeit der Gesellschaft impliziert und betrifft wiederum unterschiedliche Ausprägungen, sodass im Idealfall

„alle Subjekte der Gesellschaft mit ihren Wahrnehmungen, Erfahrungen und Interessen freien Zugang zu den Medien haben, und zwar als Rezipienten wie als Produzenten und Objekte der Medienberichterstattung.“
(Pöttker, 2010, S. 111)

In diesem Anspruch ist ein sehr umfassender Begriff von Erreichbarkeit formuliert, der die Aufnahme von Individuen in das Medienprodukt vorsieht und zwar eben nicht durch einen rein passiven Zugang im Sinne einer rezeptiven Haltung. Denn indem der Einbezug von ihren „Wahrnehmungen, Erfahrungen und Interessen“ (Pöttker, 2010, S. 111) eingefordert wird und sie ebenfalls als RezipientInnen und sogar ProduzentInnen von Medienerzeugnissen mitbedacht werden, verlangt die Umsetzung von Öffentlichkeit die indirekte *und* direkte Teilhabe der Gesellschaft. Es fällt jedoch auf, dass die Subjekte der Gesellschaft in der Regel als Objekte in der Berichterstattung vorkommen, während partizipative Zugänge, die eine direkte Teilhabe der Gesellschaft zulassen, im Printjournalismus Seltenheitswert haben – abgesehen von den etablierten Bereichen der LeserInnenbriefe und Gastkommentare.

Wird Öffentlichkeit als Kern von qualitativ hochwertigem Journalismus zum Kriterium, bekommt die Inklusion einen besonderen Stellenwert.

Denn durch die Art und Weise der Aufbereitung von Informationen, wird es RezipientInnen ermöglicht, sich in der Gesellschaft zurecht zu finden und schließlich auch an demokratischen Prozessen teilzunehmen. Die Berücksichtigung der Pluralität innerhalb der Gesellschaft ist also demokratiepolitisch bedeutsam, weil damit die unterschiedlichen Lebenswelten, Bedürfnisse und Interessen gesellschaftlich aufgenommen werden können.

Die Inklusion von RezipientInnen geschieht bereits, indem sie adressiert werden und damit auch bloß als Vorstellung im Zuge eines Vergesellschaftungsprozesses eingebunden werden. Partizipative Strukturen lassen hingegen das aktive Einwirken auf ein journalistisches Produkt zu (vgl. Welker, 2013, S. 5f). Partizipation bedeutet also nicht nur, in einem Medium FürsprecherInnen zu haben, sondern selbst mitgestalten zu können.

Indem nun Inklusions- und Partizipationsleistungen in ein redaktionelles System eingebettet werden, können Argumente aus der Gesellschaft prägnant und nachvollziehbar präsentiert werden. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, abseits interviewter oder thematisierter Personen, unterschiedliche Standpunkte aufzunehmen und zu beleuchten. Bestrebungen dieser Art unterstützen die Herstellung von Öffentlichkeit und ergänzen die Qualitätsanforderungen an den Journalismus. Wesentlich bleibt die Überprüfung der Inhalte aus den aufgenommenen Diskursen durch die Redaktion (vgl. Welker, 2013, S. 11), die den Gütekriterien von hochwertigem Journalismus unterliegt (vgl. Arnold, 2008, S. 491).

Hand in Hand mit der Inklusion der Gesellschaft durch Journalismus geht die Orientierungsleistung, die Medien bieten. Journalismus verfolgt dabei den Zweck, der Gesellschaft Selbstbeobachtung zu ermöglichen (vgl. Arnold, 2008, S. 493). Gesellschaftliche Prozesse werden aufgegriffen und präsentiert, wodurch Reflexion und Revision ermöglicht werden, denn die zentralen Steuerungsinstitutionen benötigen grundsätzlich eine öffentliche Kontrolle, „damit sie sich ob ihrer Borniertheit nicht in Irrwege verrennen.“ (Pöttker, 2010, S. 114). Dabei ist allerdings nicht nur politischer Journalismus oder klassischer Nachrichtenjournalismus von Bedeutung, sondern das gesamte vielfältige Spektrum von Themen,

„deren journalistische Bearbeitung gleichermaßen die Gesellschaft zusammenhält (oder spaltet) und dabei z.T. Orientierungs- und Integrationsleistungen erbringt in Bereichen,

die der politische Nachrichtenjournalismus vernachlässigt.“

(Lünenborg, 2012, S. 454)

Gerade historische Aufarbeitungen sind für eine anschlussfähige Selbstbeobachtung der Gesellschaft hilfreich, weil sie die heutigen Strukturen nachvollziehbar und kategorisierbar machen, wodurch wiederum Problembewusstsein geschärft wird.

Ein wesentlicher Punkt dabei ist die Vermittlung von unbekanntem oder befremdlichem Wissen (vgl. Pöttker, 2010, S. 116), wobei hier die historische Perspektive aufschlussreich ist. Geschichte kann nicht als abgeschlossen gelten und oftmals ist vermeintlich vertrautes Wissen ergänzungsbedürftig. Der Neuigkeitswert im Geschichtsjournalismus liegt „in der Entdeckung eines vernachlässigten Themas oder Aspekts, einem neuen Zugang oder einer neuen Perspektive“ (Arnold, 2010, S. 90). Mit dem Blick in die Vergangenheit leistet der Geschichtsjournalismus einen besonderen Beitrag für gegenwärtige Reflexionsprozesse. Walter Hömberg resümiert treffend:

„Die Medien [...] sind aber nicht nur Chronographen und Chronisten, sondern auch Orte der historischen Selbstreflexion. Und nicht selten ist der Blick in die Vergangenheit nur die Kehrseite beim Kampf um die Deutungshoheit bezüglich der Gestaltung der Gegenwart und Zukunft.“

(Hömberg, 2010, S. 27)

Dass die angesprochene Deutungshoheit mitunter aufgebrochen werden muss, wird nochmals deutlicher, wenn es um den institutionellen Charakter von normativen Erwartungshaltungen geht, die sich in Gesellschaften bilden: Einerseits entstehen aufgrund von institutionalisierten oder sozialen Regelungen bestimmte, gesellschaftlich getragene Normen, andererseits werden weiterhin Deutungsstrukturen bevorzugt, die etablierte Sichtweisen begünstigen (vgl. Schimanek, 2005, S. 40f). Die Stärke historischen Beleuchtens besteht im Aufbrechen traditioneller Normen und Erwartungshaltungen. Nicht nur das Verständnis der eigenen Gesellschaft aufgrund vermittelter Geschichtsbilder kann so hinterfragt und umgeschrieben werden, es können auch Perspektiven anderer aufgenommen und eingewoben werden. Generell bieten sich Medien dafür an Einstellungen, Werte und Normen anderer Kulturen, konträre Standpunkte oder unterschiedliche Meinungen zu vermitteln und sie zur Re-

zeption bereitzustellen. Dadurch offerieren sie symbolische Ordnungen, die übernommen und erweitert werden können, wobei die Vielfalt des Angebots durchaus überfordernd wirken kann (vgl. Reichertz, 2010, S. 303f). Eine intensive Beschäftigung mit befremdlichem Wissen und das Ausverhandeln neuer Perspektiven durch mediale Aneignung, etwa durch Partizipation, stärken dabei die Medienkompetenz eben dieser handelnden Personen. Im Zuge dieser Aneignungsprozesse und der Auseinandersetzung mit Gedankengut anderer findet eine Annäherung statt, die bestehende Differenzen, wie zum Beispiel soziale Ungleichheiten, kompensiert oder zumindest überbrückt (vgl. Niesyto, 2010, S. 385). Im Grunde handelt es sich dabei um eine Einlösung der Integrationsleistung durch Medien. Im Aufbrechen oder zumindest Beleuchten von historisch gewachsenen Traditionen und Werten kann demnach eine gesellschaftliche Auseinandersetzung, ein Ausverhandeln durch die RezipientInnen stattfinden und die Möglichkeit der dadurch erworbenen Kompetenzen eine soziale Annäherung begünstigen. Partizipative Zugänge eignen sich dafür besonders, weil die Beschäftigung mit Wissen auf einer intensiven und persönlichen Ebene stattfindet. Gestärkt werden letztlich demokratisch-pluralistische Werte in der Gesellschaft, wodurch Journalismus einen Beitrag zu einer funktionierenden Demokratie und zur Realisierung ihrer gesellschaftlichen Ziele leistet (vgl. Weischenberg, 1992, S. 130-138).

Polyphone Geschichte(n)

Multiperspektivität durch einen demokratischen Zugang und intensive redaktionelle Betreuung sind grundlegende Komponenten in der Konzeption der *Zeitreisen*. Prinzipiell ist jeder und jede aufgerufen, sich an den Rechercheaufgaben zu beteiligen bzw. von sich aus Themen aufzuwerfen, die ebenfalls nach Möglichkeit in der Beilage Berücksichtigung finden. So ist es dem Publikum möglich, aus einer passiv konsumierenden Position herauszutreten und aktiv an der Gestaltung eines Medienprodukts mitzuarbeiten – unabhängig von einschlägigem Vorwissen oder Bildungsgrad. Einzige Voraussetzungen sind das Interesse an Geschichte, die Bereitschaft zu recherchieren und mit den Ergebnissen an die Öffentlichkeit zu treten.

Eine partizipative Herangehensweise an historische Inhalte ermöglicht es, ein differenziertes

Geschichtsbild zu zeichnen, das nötig ist, weil es in der Beschäftigung mit Historie keine simplen Wahrheiten gibt. Paul Ricœur spricht etwa vom „pluri-dimensionalen Charakter der Wahrheit“ (Ricœur, 1974, S. 151) und erkennt,

„daß die Unifizierung des Wahren zwar ein Wunsch der Vernunft, immer aber auch eine erste Gewaltsamkeit, eine erste Fehlthat ist.“
(Ricœur, 1974, S. 152)

Geschichte muss vielmehr eine Sache des Widersprechens, Abwägens und Differenzierens sein. Der Umstand, dass in den *Zeitreisen* viele verschiedene Stimmen zu Wort kommen, begünstigt eine derart vielförmige Beschäftigung mit einem Thema. Die Aufgabe der Redaktion ist es, aus den von den TeilnehmerInnen eingesendeten Beiträgen, die in ihrem jeweiligen Umfang von nur wenigen Stichworten bis hin zu mehreren Dutzend Seiten reichen, relevante wie auch prägnante Passagen herauszufiltern und so zu kombinieren, dass sie in Summe einen ausgewogenen und verständlichen Text ergeben, der aber immer noch jene Offenheit aufweist, die im Umgang mit historischen Thematiken angebracht ist. Der *Zeitreisen*-Artikel *Heitere Grüße aus der Pestgrube* über das Leben in Wien während der Pestepidemie 1679 enthält etwa eine Passage über die Sage vom „Lieben Augustin“ (siehe Abb.1) die dafür als Beispiel dienen kann.

Dennoch sind diese von vielen AutorInnen verfassten und von der Redaktion zusammengestellten Textcollagen in hohem Grade heterogen. Meist werden pro Artikel durchschnittlich ca. 20 Personen zitiert, nicht selten sind es über 30 in einem Text, manchmal auch nur einige wenige. Dieses AutorInnenkollektiv mit unterschiedlichen Vorkenntnissen, Schwerpunkten, Blickwinkeln, Meinungen, Interpretationen, aber auch mit voneinander abweichenden Sprachstilen muss durch moderierende Formulierungen in einen einzigen Text zusammengeführt werden. Dabei ist es weder möglich noch erstrebenswert, einen bruchlosen, durchwegs flüssig zu lesenden Artikel zu erstellen, wie es im klassischen Journalismus der Fall wäre. Das hängt u.a. auch davon ab, dass, wie in Abb. 1 zu sehen, die BeiträgerInnen mit Namens- und Ortsangaben genannt werden. Zusätzlich unterbrechen Einschübe wie Begrüßungen neuer TeilnehmerInnen den Lesefluss. Es gilt also vielmehr, eine Balance zwischen Lesbarkeit, Geschlossenheit und Verständlichkeit einerseits und Komplexität, Vielstimmigkeit und Offenheit andererseits zu finden. Dieser Vorgang

soll schließlich in einer Art Textmosaik resultieren, das aus vielen bunten Einzelteilchen besteht, sich dabei jedoch zu einem größeren Ganzen zusammensetzt, das gleichzeitig die Widersprüchlichkeit der Geschichte repräsentiert.

Klaus-Peter Josef, Tulln, fragt: „Hat er wirklich gelebt? Forscher durchsuchten viele alte Dokumente, ... im Jahr 1685 ... starb in Wien der Sackpfeifer und Sänger Augustin N.“ („N.“ deutet darauf hin, dass der Nachname nicht bekannt war.)

Auf Augustins Spuren

Allerdings versuchten Wissenschaftler auch, der Sagen-gestalt mithilfe des „Wienerischen Diarium“ nachzuspüren, wie etwa Neotüftlerin **Beatrix Mandl** (willkommen in der *Gemeine!*) feststellte. Mit Ergebnissen? **Neozeitreisende Mag. Kathrin Polster, Wien 2** (willkommen im Kreis der Tüftlerinnen und Tüftler!): „Ja, 1705 erschien in der »Wiener Zeitung« (damals noch »Wienerisches Diarium«) eine Totenliste, in welcher vermerkt war, dass am 10. Oktober ... Augustin Marx ... verstorben ist.“ Könnte es der Augustin sein?

Dr. Karl Beck, Purkersdorf, verweist darauf, dass neben 1705 und 1685 immer wieder auch 1702 als mögliches Sterbejahr genannt wird. Ein Beweis dafür, wie wenig man über die Person hinter der Sage wirklich weiß.

Ing. Mag. Hermann Schuster, Baden: „Es gibt ... auch Wissenschaftler, die meinen, »der liebe Augustin« sei (nur) eine Metapher für den trinkfesten Wiener.“ **Dr. Erich Schlöss, Ma. Enzersdorf**, meint treffend: „Also darf man weiter grübeln, drüber streiten.“

Abb. 1: *Zeitreisen*, 6. 4. 2012, S. 11

Auch von LeserInnen aufgeworfene Fragen, die sich im Zuge der Recherche ergeben haben, werden in den Text eingebaut und so der Allge-

meinheit präsentiert. Nicht selten antworten andere LeserInnen wiederum darauf und mitunter entspinnt sich ein über einen längeren Zeitraum gehender Disput. Dennoch müssen manche Fragen trotz Konsultierung wissenschaftlicher Quellen (seitens der LeserInnen oder der Redaktion) im Unklaren bleiben. Diese Unfertigkeit der Geschichte(n), die an manchen Stellen zutage tritt, mit all ihren Brüchen, Widersprüchen und in ihrer Polyphonie, eignet sich insofern gut für Geschichtsvermittlung, als sie Historie in ihrer Komplexität und Konstruiertheit abzubilden vermag. Gleichzeitig motiviert sie die LeserInnen zur verstärkt kritischen Auseinandersetzung mit vermeintlich Bekanntem. Über Geschichte, so stellt sich auch im Diskurs der LeserInnen heraus, herrscht keine Einigkeit, denn sie muss laufend ausgehandelt werden. Geschichte – so der Ansatz der *Zeitreisen* – ist weder Faktum noch Datum, sondern ein diskursiver Prozess.

Versucht wird bei der Zusammenstellung und Kommentierung der Texte möglichst bewusst jene Aspekte zu beleuchten, die in den herkömmlichen Darstellungen oftmals untergehen, gleichzeitig jedoch den Rahmen des Themenfeldes so zu wählen, dass es im historischen Verlauf eingeordnet werden kann. Angelehnt an das Konzept der *petit récit* von Jean-François Lyotard geht es um die Idee, „nicht-totalitäre Formen narrativer Wirklichkeitskonstruktion“ (Wachholz, 2005, S. 80) erkennbar zu machen. An den Deutungshoheiten in der Historiographie wird Kritik geübt, aber ebenso an der Gültigkeit der Institutionen, die solche Interpretationen stützen und legitimieren (vgl. Lyotard, 2009, S. 24). Durch Verweise auf Brüche sollten diese Deutungshoheiten schrittweise gemindert werden. Eindimensionale Darstellungen erfahren insbesondere durch die Autorität der Erzählerfigur Legitimation, die nicht auf Unklarheiten oder nachträglich entstandene Interpretationen und Kausalzusammenhänge aufmerksam macht (vgl. Lyotard, 1988, S. 219, 252). Die *Zeitreisen* kommen dieser Idee in ihrer praktischen Umsetzung insofern nahe, als sie die einheitliche Erzählerfigur gewissermaßen auflösen, um einem Kollektiv Raum zu geben. Die Rolle der RedakteurInnen in der Zusammenstellung der Textcollagen muss notwendigerweise stark lenkend sein, da oft nur knappe Ausschnitte von teils sehr ausführlichen Beiträgen verwendet werden können. Eine völlige Demontage narrativer Strukturen und ein damit einhergehendes Aufgeben von sprachlicher Autorität wird zugun-

sten von Verständlichkeit nicht angestrebt. Die Praxis der redaktionellen Arbeit lässt aber eher an den Ansatz von Michel Foucault denken, der den Gebrauch von traditionellen Erzählmustern durchaus für zulässig erklärt, um einen „Wandel der kulturellen Horizonte“ (Foucault, 1996, S. 29) herbeizuführen. Zentral dabei ist, den Blick auf Diskontinuitäten zu richten, um strukturierende Konzepte laufend hinterfragen zu können und bestehendes Wissen zu prüfen (vgl. Foucault, 1987, S. 80f).

So ist es etwa möglich, monumentale historische Figuren aus mehreren Blickwinkeln zu sehen und herrschende Bilder zu überdenken, auch wenn diese unantastbar erscheinen. Der folgende kurze Auszug stammt aus einem Artikel über Maria Theresia:

„Tüftlerin Dr. Pixner streicht vorteilhaftere Seiten der Landesherrin hervor: Sie habe ‚viele sinnvolle Reformen‘ in die Wege geleitet [...].

Zeitreisender Prof. Bouzek hat dem ‚oft sehr positiv gezeichneten Bild‘ der Herrscherin jedoch einiges entgegenzuhalten, so etwa ‚ihre negativen Verhalten dem jüdischen Bevölkerungsteil gegenüber. Während der Regierungszeit ihres Vaters hing in Österreich, vor allem in Wien, dauernd das Damoklesschwert der Ausweisung über den Juden.“

(*Zeitreisen*, 2.12.2011, S. VII)

Aber nicht nur voneinander abweichende Meinungen eröffnen zahlreiche Facetten einer Thematik, auch unterschiedlich große Distanz bzw. Nähe der BeiträgerInnen zu einem Gegenstand sowie verschiedene Herangehensweisen bei der Recherche können ein differenziertes Bild zeichnen. In einem Artikel über die Orientalische Akademie in Wien fand sich beispielsweise neben vielen LeserInnen ohne speziellen Bezug zu dieser Institution auch einer, der als Architekt den Umbau eines Standortes der Akademie geleitet hat, sowie ein anderer, der die Diplomatische Akademie (als Nachfolgeinstitution der Orientalischen Akademie) besucht hat (vgl. *Zeitreisen*, 5.7.2013, S. III). An einem anderen Text über die Kinderbuchautorin Mira Lobe beteiligten sich neben vielen anderen BeiträgerInnen auch ein von den Büchern der Autorin begeistertes Kind, ein Ausstellungsmacher, der sich mit einer Zeitschrift beschäftigte, in der Lobe veröffentlicht hatte, sowie eine Illustratorin, die mit der Schriftstellerin zusammengearbeitet hatte (vgl. *Zeitreisen*, 18.2.2011, S. III). In der Lektüre eines aus so

vielfältigen Beiträgen zusammengebauten Textes kann man all diese verschiedenen Blickwinkel einnehmen und, indem man sie nachzuvollziehen versucht, die Fähigkeit zur Empathie steigern.

Multiperspektivität ergibt sich aber nicht nur durch die Vielzahl einfließender Wortmeldungen, sondern auch durch verschiedene Arten der Präsentation. Die Rubrik „Fundstücke“ faksimiliert und kommentiert jeweils eine alte Annonce aus dem Anzeigenteil historischer Ausgaben der *Wiener Zeitung*. So sind kleine Einblicke in damalige Alltagswelten möglich, abseits der meist besser dokumentierten und aufgearbeiteten Geschichte der Herrschenden. Eine andere Rubrik gilt der Wiedergabe alter Landkarten, wofür pro *Zeit-reisen*-Ausgabe eine ganze Seite verwendet wird. Insbesondere alte Pläne von Wien und Umgebung ermuntern die LeserInnen dazu, das abgebildete historische Terrain in der städtischen

Topographie der Gegenwart abzuschreiten und so Stadtgeschichte in einer neuen Dimension zu erfahren. Auch zu diesen, von der Redaktion bereitgestellten und kommentierten Plänen werden dem proaktiv gedachten Publikum (Recherche-) Fragen geboten, welche die Aufmerksamkeit auf bestimmte Problemfelder lenken und zu eingehenderem, kritischem Studium anregen sollen, zumal die Unzuverlässigkeit historischer Quellen gerade bei Karten sehr deutlich zutage tritt. Prinzipiell (und nicht nur in dieser Rubrik) wird den LeserInnen aber immer wieder zu verstehen gegeben, dass davon abweichende bzw. darüber hinausgehende Anmerkungen erwünscht sind.

Eine weitere Rubrik trägt den Titel „Fortsetzungsgeschichte(n)“. Hier werden auf ca. einer Viertelseite historische Texte verschiedener Genres in Fortsetzung abgedruckt, unter Anspielung auf die historische Gattung des Fortsetzungsromans. Diese Texte bleiben weitgehend unkommentiert, haben aber auch den Anspruch, tiefergehende Auseinandersetzung mit Historie zu ermöglichen. Zum Beispiel wurde ein historiographischer Text eines anonymen Biedermeier-Autors über Heinrich Jasomirgott (ca. 1107–1177) abgedruckt. Diese Auswahl zielte darauf ab, Geschichte (in diesem Fall die Ära der Babenberger) auch als Konstrukt bestimmter Epochen (im gewählten Beispiel des Biedermeiers) zu entlarven.

Der Text (und damit einhergehende Fragen) wurde dazu genutzt, den Blick auf die Geschichtlichkeit von Historiographie selbst zu lenken und damit das Bewusstsein dafür zu stärken, dass auch Geschichtsschreibung aus ihrer Zeit heraus verstanden werden muss.

Neben dem bereits erwähnten Quellenmaterial haben auch Bilder eine wichtige Funktion. Um ein hochwertiges Produkt zu publizieren, ist es ebenfalls notwendig, das Interesse des Publikums zu wecken. „Die Angebote müssen attraktiv sein und im Lebensumfeld der Nutzer anwendbar sein.“ (Arnold, 2008, S. 499). Zusätzlich zur Textgestaltung kann das ausgewählte Bildmaterial die Attraktivität und das Interesse an den Beiträgen verstärken.

Wie Marlene Hiller in ihrer Analyse über das Magazin *Damals* festhält, können Bilder ebenso wie Texte als Quellenmaterial dienen. Der hohe Rechercheaufwand bei der Bebilderung lohnt sich, wenn zeitgenössische Artefakte den Text ergänzen und bestenfalls Zusatzinformationen mitgeliefert werden (vgl. Hiller, 2009, S. 165). Die Funktion der Bilder kann ähnlich wie in Fachmagazinen unterschiedlich ausfallen: Als Blickfang zielen sie eher darauf ab, „den Leser mit spektakulären Bildmaterial zu ködern“, sie können aber auch dafür eingesetzt werden, „die in Textbeiträgen enthaltenen Informationen zu stützen.“ (Spieß, 2009, S. 170)

Die *Zeitreisen* werden diesen Ansprüchen gerecht, indem versucht wird, das Bildmaterial möglichst aus der Zeit der jeweiligen Geschichte auszuwählen und damit einen Mehrwert zu bieten. Wo dies nicht möglich ist, finden aber auch historisierende Darstellungen Verwendung – eine Notwendigkeit, da ein gewisses Minimum an Bildern gebraucht wird, um die oftmals dichten und komplexen Texte aufzulockern. Auch in der Bebilderung gilt die Maxime der Partizipation: Anregungen von LeserInnen werden, wenn möglich, aufgenommen und zeitweise auch Zugesandtes verarbeitet.

Zudem ist eine eigene Rubrik für die Präsentation visueller Elemente reserviert. Dort wird das von LeserInnen zur Verfügung gestellte Bildmaterial (mitunter ergänzt durch redaktionelle Inhalte) zu graphisch aufbereiteten Bildtafeln im Format von ca. 26 x 21cm zusammengestellt.

Auch in der Bebilderung gilt die Maxime der Partizipation: Anregungen von LeserInnen werden, wenn möglich, aufgenommen und zeitweise auch Zugesandtes verarbeitet.

Eine Collage zum Thema Motorisierung setzte sich beispielsweise aus folgenden Elementen zusammen: Die Familienfotos einer Leserin, die deren Eltern und Großeltern bei motorisierten Ausflügen in den 1930er-Jahren zeigten, wurden durch Reklame aus einer Motorzeitschrift dieser Zeit, die von einem anderen Leser eingeschickt worden war, ergänzt. Diese Bildtafel stand im größeren Kontext einer Recherche-Anregung zum Thema Autos nach 1918 (vgl. *Zeitreisen*, 5.7.2013, S. VIII).

Identität und Mündigkeit

Ein derart interaktives Modell von Journalismus ist nur durch eine intensive, leidenschaftliche Beteiligung der LeserInnen möglich. Sie müssen bereit sein, ihre Erkenntnisse und Meinungen kundzutun, Einschätzungen zu wagen, aber auch sehr persönliche historische Bezugspunkte preiszugeben, wenn sie etwa die eigene Familiengeschichte in den Kontext größerer Geschichte stellen und damit greifbar machen. Um dazu bereit zu sein, ist eine feste, langfristige, vertrauensvolle Beziehung zwischen LeserInnen und Medium bzw. Redaktion nötig. Die Einbindung der LeserInnen ist ein starkes Mittel, um diese Beziehung zu fördern (vgl. Thiele, 2009, S. 192).

Wesentlich dabei ist, dass diese Einbindung Identitätsbildung ermöglicht. Da Identität durch soziale Bezüge im sozialen Handeln entsteht, können sich Medien durch vermehrte Interaktionsleistung an der Konstituierung sozialer Identität beteiligen. Partizipative Strukturen wirken sich demnach direkt auf das Identitätsgefühl und damit auf die Beziehungen der LeserInnen untereinander, aber auch zu den RedakteurInnen und etwas abstrakter zur Zeitungsbeilage an sich aus. Durch Medienformate können daher Gruppen und Szenen formiert werden, „deren Mitglieder sich in ihren Medienvorlieben und ihrem Medienhandeln aufeinander beziehen, sich auf diese Weise bestätigen“ (Wegener, 2010, S. 58). Die aktive Teilhabe des Publikums wirkt demnach auch als beziehungsstiftendes Element.

Ähnlich verhält es sich mit dem Bezug zu Lokalgeschichte, die Identität über die Verbundenheit zu einem bestimmten Ort erzeugen kann. Außerdem kann der Rekurs auf lokale Geschichte dabei helfen, auch weit zurückreichende Epochen fassbar zu machen (vgl. Thiele, 2009, S. 190). Die *Zeitreisen* sind thematisch zwar weit gestreut, als Ausgangs- und Bezugspunkt dient aber immer

wieder die Stadt Wien. Zum einen, weil die *Wiener Zeitung*, deren eigene Historie häufig aufgegriffen und eingeflochten wird, eng mit der Stadt verbunden ist. Zum anderen ist das Gros der LeserInnenschaft hier angesiedelt bzw. hat eine starke emotionale Bindung zu Wien. Durch den persönlichen Bezug lassen sich LeserInnen nicht nur eher begeistern, sondern sie können auch individuelles Wissen und Erfahrungen einbringen, die neue Facetten von Geschichte aufzeigen. Persönliche Erinnerungen, Familiengeschichte, aber auch die Vergangenheit von bestimmten Orten, Gebäuden oder Institutionen ergänzen historische Fakten. Folgendes Beispiel stammt aus einem Artikel über den Stephansdom:

„Ing. Helmut Penz, Hohenau/March: Er (der Wiederaufbau, Anm.), erfolgte unter Dombaumeister Karl Holey, 1952 wurde der Langhauschor fertiggestellt, 1957 die neue Pummelin auf den Nordturm aufgezogen, und 1960 wurden die große neue Orgel und das neue Geläut geweiht.“

Tüfeler Dr. Zemann: „Meine Großeltern haben für diesen Neubau einen Dachziegel gespendet (es war ihr Steffl) ...“ Fünf Schillinge kostete ein Stück. Auch Klaus-Peter Josef, Tulln, damals ein siebenjähriger Bub, hat geholfen: „Zwei rotglasierte Dachziegel ... sind aus meinen Ersparnissen.“

(Zeitreisen, 4.5.2012, S. II)

Das Zusammengehörigkeitsgefühl der LeserInnen wird auch durch die Verwendung bestimmter rhetorischer Mittel, wie z.B. die direkte Ansprache oder den Einsatz eines spezifischen Vokabulars, unterstützt. Ein Beispiel: Die Gesamtheit der *Zeitreisen*-LeserInnen wird mit dem (typographisch hervorgehobenen) Wort „Gemeine“ bezeichnet und angesprochen. Im Impressum heißt es dazu erklärend: „Die *Zeitreisen*-Gemeine, die ihren Namen von einer frühneuzeitlichen Bezeichnung für Gemeinde herleitet, steht allen geschichtlich Interessierten offen.“ Es gibt also keinerlei Einschränkungen. In die „Gemeine“ werden LeserInnen aufgenommen (und explizit willkommen heißen), sobald sie sich das erste Mal aktiv an der Recherche zu den gestellten Fragen beteiligen, d.h. sobald ihr Name einmal zitiert wurde. Diese aus der Anonymität tretenden Personen stehen stellvertretend für alle LeserInnen der *Zeitreisen*, auch jene, die sich nicht aktiv beteiligen. So entsteht durch das Format *Zeitreisen* aus der gewöhnlich sehr abstrakt bleibenden LeserInnenschaft die Vorstellung einer Gemeinschaft – trotz allen Unterschieden, die

innerhalb dieser Gruppe bestehen, vor allem was Meinungen und Sichtweisen betrifft. In Hinblick auf Alter, sozialen Status und Bildungsgrad der LeserInnen existieren keine genauen Daten. Fest steht nur, dass es sich durchwegs um geschichtsinteressierte Personen handelt, die eine hohe Bereitschaft haben, sich weiterzubilden. Aus der Korrespondenz mit den BeiträgerInnen entsteht der Eindruck, es handle sich eher um ältere Personen mit tendenziell hohem Bildungsgrad.

Die Aussicht auf Zugehörigkeit zu einer Gruppe mit gleichem Bezugsrahmen ist Motivation, sich zu beteiligen und mit dem Gegenüber zu interagieren, um Teil dieser Gemeinschaft zu werden. Gleichzeitig wird durch die Möglichkeit der Selbstpräsentation der oder die Einzelne herausgefordert, Facetten zu einem Thema zu entdecken, die auf Anerkennung oder Widerspruch hoffen lassen (vgl. Wegener, 2010, S. 58f). Dieses positive Konkurrenzverhältnis steigert die Qualität der Beiträge und somit des Supplements.

Eine eigene Rubrik („Quergelesen/Korrespondenz“) verkündet Nachrichten aus dem persönlichen Umfeld der LeserInnen und bietet damit Platz für persönlichen Austausch und gegenseitige Anteilnahme: Es werden einschlägige Veranstaltungen oder Bücher angekündigt, aber auch Urlaubsgrüße weitergegeben, Glückwünsche ausgesprochen oder Todesfälle zur Kenntnis gebracht. Der individuelle Charakter dieser Informationen verstärkt ebenfalls das Gemeinschaftsgefühl und wirkt sich wiederum positiv auf die Partizipation aus.

Nicht nur die Bindung der LeserInnen untereinander, sondern auch der enge Kontakt zwischen Redaktion und RezipientInnen ist maßgeblich. Dieses Naheverhältnis gründet wesentlich auf der Wertschätzung, die dem Publikum entgegengebracht wird – einerseits durch Würdigung und Anerkennung im Medium selbst, andererseits in persönlicher Korrespondenz, die mit verhältnismäßig hohem Aufwand betrieben wird.

Ein weiterer wichtiger Faktor für die feste Anbindung im Falle der *Zeitreisen* ist die Beziehung der LeserInnen zum Medium *Wiener Zeitung* und seiner Geschichte als älteste noch erscheinende Ta-

geszeitung der Welt. Sie nützt mit den *Zeitreisen* die Möglichkeit, regelmäßig und in anspruchsvoller Weise auf ihre lange Tradition hinzuweisen. Denn die Beilage lenkt mit jeder Ausgabe den Blick zurück in die Vergangenheit des eigenen Blattes, indem Redaktion und LeserInnen quasi gemeinsam in alten Ausgaben der Zeitung blättern: Faksimilierte Zeitungsausschnitte, die kommentiert und kontextualisiert werden, sind ein fixes Element der *Zeitreisen*. So lernen die LeserInnen den Wert der Zeitung auch als historische Quelle zu schätzen und recherchieren mitunter sogar eigenständig im Archiv der *Wiener Zeitung*.²

Das enge Verhältnis zwischen LeserInnen und Medienerzeugnis soll jedoch nicht zu einer rein ökonomisch orientierten Ausrichtung an Publikums Wünschen führen. Vielmehr ist die Einhaltung hoher Standards maßgeblich (vgl. Arnold, 2008, S. 499). Die von den BeiträgerInnen zur Verfügung gestellten Inhalte werden systematisch und mit hohem Rechercheaufwand überprüft und redigiert. Der dadurch eingehaltene Standard und das Wissen der LeserInnen um Kontrolle durch die Redaktion steigern wiederum seitens der LeserInnen das Qualitätsbewusstsein und die Bereitschaft zu einem hohen Standard beizutragen.

Im Redaktionsprozess ist ein wesentlicher Unterschied etwa zu unbegleiteter Foren-Kommunikation im Internet zu sehen. Weil Internetöffentlichkeit, anders als diskursive Öffentlichkeit, zu großen Teilen auf dezentraler Laienkommunikation basiert,

„fehlen im virtuellen Raum die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen, die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selektieren und in redigierter Form synthetisieren.“

(Habermas, 2008, S. 162)

In der unübersichtlichen Gesamtheit der Kanäle findet sich beim Austausch über diverse Inhalte ein breites Spektrum von Diskussions(un)kulturen: „Leider eben auch zu rassistischen, sexistischen, gewaltverherrlichenden und menschenverachtenden Themen“ (Münker, 2009, S. 73). Dennoch kann die Aktivität der Internetöffentlichkeit von

² Hierbei spielt eine große Rolle, dass die meisten Jahrgänge bis 1939 von der Österreichischen Nationalbibliothek online zur Verfügung gestellt werden, was den Zugang für die Leser-

Innen immens erleichtert. (Quelle: <http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?aid=wrz>, Zugriff am 01.08.2013)

professioneller Kommunikation aufgegriffen und eingebunden werden. Inklusion und Partizipation werden zu einem demokratietheoretischen Aspekt (vgl. Welker, 2013, S. 10f). Die Ermöglichung von Partizipation wird so als „integraler Bestandteil professioneller journalistischer Bemühungen“ gedacht, wodurch BürgerInnen einen verbesserten Zugang zur Öffentlichkeit erhalten. Demokratie wird dabei nicht nur durch Partizipation an tagesaktueller Politik fokussiert, Beteiligung kann vielmehr auch in anderen Kontexten bedeutend sein. Das Argument wird durch die Annahme gestützt, dass durch das gezeigte Engagement ein demokratischer Partizipationsanspruch eingelöst wird (vgl. Eilders, 2011, S. 161).

Die *Zeitreisen* muten ihren LeserInnen, wie oben erwähnt, bewusst auch schwierig zu lesende Texte zu – neben anderen, leichter fassbaren oder unterhaltenden Elementen. Dies ist einerseits möglich, weil bei den LeserInnen Interesse für das Thema vorausgesetzt werden kann, und andererseits, weil ein Teil von ihnen zu den einzelnen Themen schon recherchiert hat, bevor diese in der Beilage erscheinen. Sie bringen also schon spezifisches Vorwissen mit, gepaart mit der Neugierde darauf, was andere zum selben Thema ins Treffen geführt haben. Was die *Zeitreisen* auch von den geschichtlichen Rubriken anderer Medien unterscheidet, ist die Tatsache, dass sie sich explizit an ein geschichtlich interessiertes Zielpublikum richten. Nicht zuletzt weil die *Wiener Zeitung* wirtschaftlich unabhängig agieren kann, ist es nicht notwendig, massentaugliche Themen zu finden. Vielmehr wird sogar besonderer Wert auf randständige Aspekte der Geschichten gelegt.

Obwohl in der wissenschaftlichen Betrachtung oft nur knapp behandelt, ist das Vertrauen in die Mündigkeit des Publikums wesentlich (vgl. Pöttker, 2010, S. 115). Sie ist einerseits ein Kontrollfaktor für den Journalismus, denn in der Mündigkeit liegt die Kritikfähigkeit der LeserInnen, die in journalistische Produkte rückfließen kann. Im offenen Umgang mit Kritik durch die Redaktion wird das Bewusstsein des Publikums sensibilisiert und kritisches Lesen gefördert – was wiederum die Mündigkeit steigert.

Durch die umfassende Einbindung eines in seiner Mündigkeit ernstgenommenen Publikums wird dieses in seiner beobachtenden Funktion motiviert. Im Impressum, aber auch regelmäßig in den einzelnen Beiträgen, wird um Anre-

gungen, Kritik, Wünsche und Hinweise dezidiert gebeten. Fehlerhafte Angaben, unausgewogene Darstellungsweise oder zweifelhafte Interpretation geschichtlicher Ereignisse, Persönlichkeiten etc. werden von der an den Diskurs mit dem Medium gewöhnten LeserInnenschaft mitgeteilt und in einer der nächsten Ausgaben (sofern es der Platz erlaubt) gedruckt. So kann eine längerfristige kritische Auseinandersetzung mit einem Thema stattfinden. Dies geschieht nicht linear, sondern auf mehreren, einander bedingenden und verstärkenden Ebenen: In der Lektüre eines durch die Redaktion bereitgestellten Inhaltes, in der anschließenden Recherche; in der kritischen Lektüre der gedruckten LeserInnen-Beiträge (auf Grundlage der eigenen, durch die Recherche gestärkten Kompetenz), in der (Selbst-)Reflexion der Ergebnisse u.ä. Bei diesem komplexen Lernprozess, der LeserInnen wie Redaktion gleichermaßen umfasst, übernimmt die Redaktion keine belehrende Rolle, sondern interagiert auf Augenhöhe mit dem Publikum.

Schluss

Der Medienwandel wird insbesondere dann von Printformaten als Bedrohung empfunden, wenn sie sich in der Schnelligkeit mit Onlineformaten messen wollen. Diesem Wettkampf wurde insofern schon Rechnung getragen, als mehr Zeit in Texte investiert wird.

„Wo gedruckte Zeitungen hinsichtlich Aktualität obnehin nicht mit elektronischen und digitalen Medien konkurrieren können und bestenfalls einmal am Tag erscheinen, ist die Distanz zwischen Ereignis und Rezeption wieder größer geworden.“

(Pöttker, 2010, S. 119)

Offenbar wächst angesichts der Menge von leicht verfügbarer Information das Bedürfnis nach Hintergrundwissen, nach Kontextualisierung und Einordnung in aktuelle und vergangene Geschehnisse. Auf diese Entwicklung wird bereits reagiert, sowohl im Nachrichtenjournalismus als auch im Geschichtsjournalismus. Doch Modelle mit proaktiver Einbindung der LeserInnen, wie es die *Zeitreisen* praktizieren, sind nach wie vor rar.

Printmedien könnten dem technologisch bedingten Wandel begegnen, indem sie sich innerhalb ihrer Möglichkeiten und vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Bedarfs einerseits auf bewährte Qualitäten besinnen, ohne an

überholten Strukturen festzuhalten. Andererseits müssen sie aber auch Experimente wagen, um auszutesten, welche Formen sich zur Herstellung von Öffentlichkeit eignen, denn:

„Je mehr eine Gesellschaft sich der existentiellen Bedeutung des Öffentlichkeitsprinzips bewusst ist, desto mehr wird journalistische Professionalität akzeptiert, gefördert und belohnt.“
(Pöttker, 2010, S. 115)

Weil bezweifelt werden muss, „dass der Markt von sich aus für ausreichende publizistische Qualität sorgen kann“ (Arnold, 2008, S. 500), wird das Verständnis von Medien als meritorisches Gut notwendig, wodurch „ihr Konsum über das

im Marktmodell mögliche Maß hinaus durch öffentliche Einflussnahme unterstützt wird“ (Rau, 2007, S. 41). Was im Rundfunk durch öffentlich-rechtliche Aufgaben und Verpflichtungen gewährleistet werden sollte, kann im Print nur durch das Selbstverständnis der Publikation als meritorisches Gut erfüllt werden, das sich nicht auf kommerzielle Interessen einlassen muss und deshalb Experimente riskieren kann. So können sich für Medien neue Perspektiven eröffnen, wie sie ihre demokratische Aufgabe wahrnehmen und gestalten können. Die *Wiener Zeitung* konnte mit dem partizipativen Projekt *Zeitreisen* ein Beispiel dafür setzen, dass ein solches Experiment gelingen kann.

Bibliographie:

- Arnold, K. (2008). Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. In: *Publizistik*, 53, S. 488-508.
- Arnold, K. (2010). Geschichtsjournalismus – ein Schwellenressort? Arbeitsweisen, Themen und Selbstverständnis von Geschichtsjournalisten in Deutschland. In: Arnold, K.; Hömberg, W. & Kinnebrock, S. (Hg.), *Geschichtsjournalismus*. Zwischen Information und Inszenierung. Bd. 21. Berlin, S. 87-108.
- Eilders, C. (2011). Zivilgesellschaftliche Beteiligung im Medienbereich. In: Kleinstüber, H. H. & Nels, S. (Hg.), *Media Governance in Europa*. Regulierung – Partizipation – Mitbestimmung. Wiesbaden, S. 159-182.
- Foucault, M. (1996 [1978]). *Der Mensch ist ein Erfahrungstier: Gespräch mit Ducio Trombadori*. Übers. Brühmann, H. Frankfurt a.M.
- Foucault, M. (1987 [1971]). *Nietzsche, die Genealogie, die Historie*. Von der Subversion des Wissens. Frankfurt a. M.
- Habermas, J. (2008). Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In: Habermas, J. (Hg.), *Ach Europa*. Frankfurt a. M., S. 138-191.
- Hiller, M. P. (2009). Der Spagat zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft. Oder: Geschichte schreiben für Liebhaber. In: Horn, S. & Sauer, M. (Hg.), *Geschichte und Öffentlichkeit*. Orte – Medien – Institutionen. Göttingen, S. 161-168.
- Hömberg, W. (2010). Die Aktualität der Vergangenheit. Konturen des Geschichtsjournalismus. In: Arnold, K.; Hömberg, W. & Kinnebrock, S. (Hg.): *Geschichtsjournalismus*. Zwischen Information und Inszenierung. Bd. 21. Berlin, S. 15-30.
- Lünenborg, M. (2012). Die Krise des Journalismus? Die Zukunft der Journalistik! Ein Diskussionsbeitrag zur Reflexivität und Praxisrelevanz von Wissenschaft. In: *Publizistik*, 57, S. 445-461.
- Lytard, J.-F. (2009 [1979]). *Das postmoderne Wissen*. Übers. O. Pfersmann. Wien.
- Lytard, J.-F. (1988). *Der Widerstreit*. Übers. J. Vogel. München.
- Münker, S. (2009). *Emergenz digitaler Öffentlichkeit*. Die Sozialen Medien im Web 2.0. Frankfurt a. M.
- Niesyto, H. (2010). Soziale Ungleichheit. In: Vollbrecht, R. & Wegener, C. (Hg.), *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden, S. 380-390.
- Pöttker, H. (2010). Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft. In: *Publizistik*, 55, S. 107-128.
- Rau, Harald, (2007). *Qualität in einer Ökonomie der Publizistik*. Betriebswirtschaftliche Lösungen für die Redaktion. Wiesbaden.

- Ricoeur, P. (1974 [1955]). *Geschichte und Wahrheit*. Übers. R. Leick, München.
- Reichert, J. (2010). Werte und Normen. In: Vollbrecht, R. & Wegener, C. (Hg.), *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden, S. 299-305.
- Spieß, C. (2009). Zwischen Wissenschaft und Unterhaltungsanspruch. Aktuelle Geschichtsmagazine im Vergleich. In: Horn, S. & Sauer, M. (Hg.), *Geschichte und Öffentlichkeit*. Orte – Medien – Institutionen. Göttingen, S. 169-176.
- Thiele, M. (2009). Geschichtsvermittlung in Zeitungen. In: Horn, S. & Sauer, M. (Hg.), *Geschichte und Öffentlichkeit*. Orte – Medien – Institutionen. Göttingen, S. 186-193.
- Wegener, C. (2010). Identität. In: Vollbrecht, R. & Wegener, C. (Hg.), *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden, S. 55-63.
- Weischenberg, S. (1992). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation*. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Bd. 1. Opladen.
- Welker, M. (2013). Inklusions- und Partizipationsleistungen im Journalismus: theoretische Grundlinien und Heuristik aktueller Erscheinungsformen. In: *kommunikation@gesellschaft*, 14 (1), S. 1-23.

Zeitungsartikel:

- Der Aufstand der Wundertiere. Redaktionelle Bearbeitung: Reisner, A. (18.2.2011). In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. III.
- Gute Zeiten, schlechte Zeiten. Redaktionelle Bearbeitung: Reisner, A. (2.12.2011). In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. VII.
- Heitere Grüße aus der Pestgrube. Redaktionelle Bearbeitung: Solder, R. (6. 4. 2012). In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. II.
- N.N. (5.7.2013). Am Volant. In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. VIII.
- Sprachknaben mit Diplomatenpass. Redaktionelle Bearbeitung: Krakovsky, C. (5.7.2013). In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. III.
- Zwei rote Schindeln für den Dom. Redaktionelle Bearbeitung: Reisner, A. (4.5.2012). In: *Wiener Zeitung, Zeitreisen*, S. II.

Christina KRAKOVSKY (1984)

Mag. phil., Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien, Masterarbeit im Rahmen des Forschungsprojekts *Modes of Design. The Architectural Project as a Cultural and Social Process*; laufendes Dissertationsprojekt zu medialer BürgerInnenpartizipation und Demokratietheorie; laufendes Studium der Komparatistik. Akademische Mitarbeiterin in Forschungsprojekten der Universität Wien, des Instituts für Architektur und Entwerfen der Technischen Universität Wien sowie im Rahmen geförderter Projekte mit Forschungsschwerpunkten auf Stadtforschung und rekonstruktiver Sozialforschung. Redaktionelle und fachliche Mitarbeit, sowie Autorin beim *Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung*, AHK. Seit 2012 freie Journalistin im Geschichtsfeuilleton *Zeitreisen* der *Wiener Zeitung*.

Andrea REISNER (1982)

Mag. phil., Studium der Germanistik, Geschichte und Kulturwissenschaften an der Universität Wien und der Humboldt-Universität zu Berlin. 2008 Abschluss im Fach neuere deutsche Literatur. Derzeit Arbeit an einer Dissertation aus den Bereichen Literaturwissenschaft und Medientheorie (*Inszenierungen des Schreibens bei Heimito von Doderer*). Für dieses Projekt 2010 Forschungsstipendium der Universität Wien. Ab 2007 freie Mitarbeiterin der *Zeitreisen*, dem Geschichtsfeuilleton der *Wiener Zeitung*, seit 2012 Redakteurin, seit 2013 verantwortlich für die Beilage.

Öffentlichkeit und Sammlung

Über archivgestützte Erschließungsarbeit historischer Filmquellen

Thomas Ballhausen

Studienzentrum, Filmarchiv Austria, Wien

Abstract

Im Rahmen der vorliegenden Ausführungen wird, aufbauend auf einschlägigen Vorarbeiten (vgl. Ballhausen & Krenn 2003; Maragh-Ablinger & Ballhausen 2007; Ballhausen 2012), das *European Film Gateway* (EFG) als Projekt bzw. Portal unter Berücksichtigung zweier Gesichtspunkte reflektiert: Einerseits über die damit verbundenen archivtheoretischen Überlegungen, andererseits über die spezifischen vorselektierten Bestände des in Wien beheimateten *Filmarchiv Austria*, die in das ursprüngliche EFG und das bereits laufende Folgeprojekt EFG1914 eingegangen sind bzw. eingehen werden. Dabei werden die *Austria Wochenschau*, die auch innerhalb der Tradition der europäischen *newsreels* einen Sonderstatus einnimmt, und die österreichischen Kriegswochenschauen und Spezialfilme des Ersten Weltkriegs als Exempel für nun erstmals online verfügbares Quellenmaterial hervorgehoben. Wesentlich dabei ist die Kontextualisierung der erschlossenen Bestände, die der filmischen Nachrichtenberichterstattung zuzurechnen sind, im Rahmen des titelspendenden Spannungsverhältnisses Öffentlichkeit und Sammlung, das für die beiden Pole archivarischer Verantwortung und Verpflichtung steht. Ergänzend wird auf Aspekte der Digital Humanities verwiesen, die für alle Archive, deren Rolle innerhalb der sich verändernden Konditionen wissenschaftlichen Arbeitens und Kooperierens im Dienste der Öffentlichkeit nicht auf das Moment der Forschungsermöglichung limitiert werden darf, als Option für eine breitenwirksame Erschließungs- und Vermittlungsarbeit begriffen werden müssen.

*Twenty-nine different attributes
Only seven that you like (uh oh)
Twenty ways to see the world (oh-ho)
Twenty ways to start a fight (oh-ho)
The Strokes: You Only Live Once*

*You Only Live Twice or so it seems
One life for yourself and one for your dreams
You drift through the years and life seems tame
Till one dream appears and love is its name
Nancy Sinatra: You Only Live Twice*

Theoretische Rahmungen

Da Archive häufig – m.E. nach *viel* zu häufig – rein aus dem limitierten Selbstverständnis der Forschungsermöglichung diskutiert werden, soll hier nun ein anderer Weg vorgeschlagen werden. Aufbauend auf prinzipiellen Überlegungen zum Archiv wird deshalb die notwendige Aktivsetzung, das Denken des Archivs als *techné* betont: In der richtigen Verpflichtung gegenüber den Beständen als auch der Öffentlichkeit hat es sich das Archiv in der Erfüllung seiner vielfältigen Pflich-

ten vorsätzlich schwer zu machen. Die produktive Arbeitsschizophrenie, die sich aus der Unterstützung seriöser Arbeiten in der Gegenwart und dem langfristigen, generationenübergreifenden Erhalt des jeweiligen Erbes ergibt, prägt die Tätigkeiten der Archive und die Notwendigkeit einer hochsensiblen ethischen Haltung. Insbesondere in Zeiten technischer Neu- und Weiterentwicklungen – denen man sich als Archiv keineswegs verschließen darf, die aber auf jeden Fall einer konstruktiv-kritischen Prüfung bedürfen – gilt es, sich die historischen Realitäten, die Heraus-

forderungen und Optionen mit besonderem Nachdruck zu vergegenwärtigen. Die aktive Öffnung des Archivs zugunsten der Öffentlichkeit bedeutet dabei aber keineswegs eine Abschaffung der Expertinnen und Experten oder gar ein Verschwinden des Archivs als spezialisierte Form intellektueller Logistik. Insbesondere in Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung muss das Thema der Langzeitarchivierung ebenso von Bedeutung sein wie das deutliche Angehen gegen das Limitieren des Archivs auf eine Rolle des reinen Zuträgers wissenschaftlicher Fachdisziplinen.

Die Vermittlungsarbeit des Archivs muss daher nicht nur die inhaltliche bzw. medienspezifische Sensibilisierung im Rahmen der jeweiligen Vermittlungssagenden berücksichtigen, sondern sich zusätzlich gegen Unterminierung, Vereinnahmung und die Irrtümer neopositivistischer Quellenmanie stemmen. Die titelspendenden Begriffe Öffentlichkeit und Sammlung bezeichnen dabei die als produktiv anzusetzenden Pole eines Spannungsverhältnisses der Verantwortung und der tagtäglichen archivspezifischen Herausforderung. Dieses dichotome System gilt es in einem Verständnis des Archivs als intellektuelle Logistik auch zu erhalten – die Bestände an sich schlicht als noch nicht realisierte Öffentlichkeit interpretieren zu wollen ist eine Limitierung, die weder der Öffentlichkeit, der man verpflichtet ist, gerecht wird, noch der zu erhaltenden Sammlungsbestände selbst. Eine solche Verwischung käme einer klaren Mißachtung der notwendigen, materialspezifischen Erhaltungsbedingungen der Bestände gleich und somit einem völligen Versagen in ethischer, konservatorischer und nicht zuletzt auch politischer Hinsicht.

Vielmehr gilt es, sich für die Position eines erweiterten denkenden Archivs stark zu machen, in dem sich die Begriffe von Sammlung und Öffentlichkeit positiv verbinden lassen und in letzter Konsequenz diese Form von dualer Verpflichtung für die institutionelle Selbstreflexion und alle angestrebten Vermittlungssagenden und der bereits oben erwähnten technischen Neuerungen mitgedacht werden kann – und auch wird. Die

Insbesondere in Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung muss das Thema der Langzeitarchivierung ebenso von Bedeutung sein wie das deutliche Angehen gegen das Limitieren des Archivs auf eine Rolle des reinen Zuträgers wissenschaftlicher Fachdisziplinen.

Konvertierung von Filmsammlungen in digitale Formate, deren entsprechende Anreicherung mit für die Interoperabilität notwendigen Beschreibungsdaten, der Aufbau von *digital libraries* (vgl. Witten, Bainbridge & Nichols, 2010) und die möglichst offene Zurverfügungstellung ist nicht nur ein Reagieren auf eine technologisch veränderte Öffentlichkeit, die soziale Netzwerke, das Medienbündel Internet und die Vorzüge von Mobilität für sich entdeckt hat – und sich nicht zuletzt auch entsprechend artikuliert (vgl. Rainie & Wellmann, 2012; Lanier, 2013). Vielmehr lösen Archive in der proaktiven Auseinandersetzung mit ihren zwangsweise heterogenen Beständen ihre Rolle als Akteure innerhalb der sich verändernden Wissenschaftslandschaft ein: Innerhalb des wissenschaftlichen Betriebs treten Archive beispielsweise mit der Durchführung von Projekten, der Zurverfügungstellung von Materialien oder der Entwicklung von Standards hervor; hinsichtlich einer breiteren, nicht-fachlichen Öffentlichkeit, haben sich die Archive im Bereich

der Vermittlungsarbeit und, soweit bereits Entwicklungen vorliegen, der User-Bindung – hin bis zur Veränderung kuratorischer Praxen oder der Beschlagwortung von Spezialbeständen (vgl. Robu, 2009; Macdonald & Basu, 2007; Graham & Cook, 2010) – einbringen können. Die dabei als zentral gesetzten Digitalisate sind aber nicht

Ausdruck einer befriedigenden Langzeitarchivierung. Hinsichtlich des Mediums Film kann dahingehend noch von keiner umfassend zufriedenstellenden Variante ausgegangen werden, da die generationenübergreifende Perspektive der Bestandserhaltung nicht zuletzt nach einem Bestandsträger verlangt, der die jeweils bewahrende Institution nicht in eine zeit- und kostenintensive Verkettung unabsehbarer Konvertierungen zwingt (vgl. Smith, 2004, S. 578-581). Seriöse Prognosen erlauben hier zwar die Einschätzung einer technischen Lösbarkeit innerhalb des kommenden Jahrzehnts, was aber die Faktoren der Obszoleszenz, der Standards oder Finanzierungsmodelle betrifft, muss eine digitale Langzeitarchivierung bislang als uneingelöst eingestuft werden. Im Sinne von Beständen und Öffentlichkeit kann die derzeitige (und wohl auch dauerhafteste)

Strategie deshalb nur ein Methodenmix aus der Erhaltung konventioneller Filmbestände für die langfristige Erhaltung und der Erstellung von Digitalisaten für die kurz- und mittelfristige Aufgabenbewältigung sein. Film, so wird bei einer retrospektiven Betrachtung deutlich, ist als einmal etablierte Medienform also nicht einem völligen Verschwinden ausgesetzt, sondern erfährt, wie es wohl in einer noch zu führenden Diskussion als generelles Prinzip beschreibbar gemacht werden müsste, eine Resemantisierung. Diese Bedeutungsverschiebung ist Teil eines zutiefst evolutionären Prozesses, dem die Archive, die als komplexe adaptive Systeme beschreibbar und fassbar werden (vgl. Luenberger, 1979, S. 1-13; Cilliers 1998, S. 11ff.; Thelen & Smith, 2006), im Sinne von noch weiter zu erforschenden und im Detail zu beschreibenden morphogenetischen als auch morphostatischen dynamischen Effekten dauerhaft ausgesetzt sind.

Historisch-institutionelle Bedingtheit

Schon in der Frühzeit des Films machten sich die Verantwortlichen und Produzenten Gedanken, wie das sensible Material dauerhaft bewahrt, sinnvoll archiviert und auch wieder zugänglich gemacht werden könnte: Der Wunsch nach der adäquaten Sicherung, Lagerung und weiteren Bearbeitung des Materials – der Kernaufgaben eines jeden Archivs – ist bereits für das späte 19. Jahrhundert dokumentiert. Bis zum Ende der zwanziger Jahre des Folgejahrhunderts kommt es weltweit zur Einrichtung von Abteilungen für audio-visuelle Medien innerhalb bestehender, etablierter Institutionen und auch zur Gründung neuer, meist staatlicher Stellen mit Arbeitsschwerpunkt auf dem Medium Film. In den dreißiger Jahren öffnen in fast allen klassischen filmproduzierenden Ländern Filmarchive ihre Pforten, die zugleich die ersten Mitglieder des auch heute noch bestehenden Dachverbandes der Filmarchive (*International Federation Of Film Archives*, FIAF) darstellen. Das *Filmarchiv Austria* wurde, damals noch unter dem Namen *Österreichisches Filmarchiv*, in seinem Gründungsjahr 1955 Mitglied der FIAF, in der es damals wie heute aufgrund seiner Aktivitäten und Bestände eine wichtige Position einnimmt. Gemäß der Materiallage und der unterschiedlichsten Teilsammlungen, die den Grundstock des inzwischen um ein Vielfaches angewachsenen Filmbestandes des Filmarchivs ausmachen, konzentrierte man sich in den ersten Jahren

auf grundsätzliche Basisarbeiten – Aufgabenbereiche, die auch heute noch wahrgenommen werden: Der schon erwähnte Kreislauf aus Sammeln, Bewahren und Zugänglichmachen bestimmt die filmwissenschaftliche Arbeit des Hauses, die um wesentliche Tätigkeiten ausgebaut wurden. Insbesondere in der Vermittlung, Lehre und Forschung hat sich das Filmarchiv seit 1997 neu positioniert und sich dabei – stets seine Kernagenden wahrend – im Dienste des Films und der interessierten Öffentlichkeit eingebracht.

Mit der Einrichtung eines Studienzentrums als aktive Schnittstelle und mit weitreichenden Kooperationen definiert das Filmarchiv zusammen mit seinen Partnern neue Möglichkeiten akademischer Zusammenarbeit und fördert damit nicht nur die (inter)nationale Forschung, sondern auch den wissenschaftlichen Nachwuchs und Arbeiten im Bereich der Digital Humanities (vgl. Burdick, Lunenfeld, Drucker, Presner & Schnapp, 2012, S. 122f., 126f.). Nur auf diesem Weg – also unter der als unverzichtbar einzustufenden Wahrung der wissenschaftlichen Arbeit als zentraler Faktor seriöser archivarischer Arbeit im Dienste von Öffentlichkeit und Sammlung – kann gleichermaßen der Verpflichtung zur Öffentlichmachung und der dauerhaften Sensibilisierung für Film als wertvolles, eigenständiges und eigengesetzliches Quellenmaterial nachgekommen werden. Grundlage dieser Idee einer permanenten und steten Verlebendigung des Archivguts im Sinne der Benutzer und des zu bewahrenden Materials ist eine Balance aus Bewahren und Verfügbarmachen der umfassenden Bestände, in denen Spielfilme ebenso eine fixe Größe sind, wie Amateuraufnahmen, dokumentarische Arbeiten oder eben auch die für diesen Text im Mittelpunkt stehenden Wochenschauen. Es muss in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen werden, dass trotz massiver, politisch-öffentlicher Maßnahmen, nationaler Gesetzgebungen und internationaler Vereinbarungen (vgl. Bohn, 2013, S. 189ff.) immer noch für Film als Quelle und Medium Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit geleistet werden muss. Bedingt ist dies nicht zuletzt durch die Langlebigkeit von zwischenzeitlich als zumindest teilweise überholt zu betrachteten Theoriemodellen, die in ihrem *linkischen* Zugriff auf Medium und Publikum beides gleichermaßen disqualifizieren und sich für massenmediale Manifestationen ausschließlich als potentielle Objekte abstrahender Kritik interessieren. Neuere Ansätze, die einen produktiveren Zugriff ermöglichen ohne in unkritische

Affirmation zu verfallen, bieten als Alternative etwa Überlegungen zu Typisierungsleistungen filmischer Angebote, die, so die These, zu einer Normalisierung von Kontingenzerfahrungen innerhalb der modernen Gesellschaft beitragen (vgl. Rustemeyer 2013).

EFG – Vom Projekt zum Portal

Für eine usergerechte, zeitgemäße Erleichterung im Materialzugriff, die auch grenzüberschreitend funktioniert, bietet das Medienbündel Internet hervorragende Voraussetzungen. Nachdem sich europäische Filmarchive seit Jahren verstärkt der Digitalisierung sowie Verbreitung ihrer Filmbestände via Internet zuwandten, war es sinnvoll, diese Aktivitäten im Sinne der Benutzerfreundlichkeit zu bündeln. Zentral für die Bewältigung dieser Aufgabe ist das Portal *European Film Gateway*, EFG, dessen Entwicklung mit EU-Mitteln des eContentplus-Programms der Europäischen Kommission unterstützt wurde. Im Zentrum dieses 2008 begonnenen Forschungs- und Entwicklungsprojekts stand eben die Entwicklung eines Portals, das den praktisch barrierefreien Zugang zum facettenreichen europäischen Filmern – vom Bewegtbild bis zum Zensurdokument – ermöglicht. Die unerlässliche Balance zwischen Verlebendigung der Bestände und konservatorisch einwandfreier Bewahrung des Materials kann dabei bestmöglich gewahrt bleiben. Das *European Film Gateway* als zentraler Ausgangspunkt ermöglicht die individuelle (Neu)erschließung der einzigartigen Bestände europäischer Filmarchive und ist in das strukturell übergeordnete Portal *Europeana* eingebunden. Ein positiver Aspekt einer solchen archivgetriebenen Erschließungs- und Veröffentlichungsarbeit im Rahmen eines internationalen Research&Development-Projekts ist zudem, dass die aufbereiteten und zugänglich gemachten Digitalisate und objektbeschreibenden Daten nicht einfach nur *worst-case*-Testfall für eine zu entwickelnde (Distributions-)Technologie darstellen, sondern tatsächlich der Kern des Projekts bzw. des implementierten Portals sind.

Das *European Film Gateway* ist ein Portal, das schnellen und einfachen Zugriff auf hunderttausende filmhistorische Dokumente bietet, die in 16 europäischen Filmarchiven und Kinematheken verwahrt werden. Hierzu gehören Stand- und Setfotos, Filmplakate, Produktionsunterlagen, Kostümentwürfe, Programmhefte, Zeitschriften, Zensurkarten, seltene Spiel- und Dokumentar-

filme, Wochenschauen und weiteres Material aus 15 unterschiedlichen Ländern. Wissenschaftlern und Filmfans bietet EFG Einblick in die europäische Filmproduktion von den Anfangstagen bis heute. Nutzer des Portals können nach Personen, aber auch nach Filmtiteln oder Schlagworten suchen. Sie erhalten eine Übersicht über die in den unterschiedlichen Archiven vorliegenden Materialien, die direkt im Portal angeschaut werden können. Das Portal bietet immer den Link zur Internetseite des jeweiligen Archivs und wirkt damit als eine Suchmaschine über Bestände der beteiligten Filmarchive. Das *European Film Gateway* ist ein Baustein von *Europeana*, der von der EU-Kommission ins Leben gerufenen Plattform für das kulturelle Erbe Europas. EFG sammelt die Erschließungs- und Zugangsinformationen, gemäß dem *Metadata Standard for Cinematographic Works* und seinen Ausformungen EN 15744/EN 15907 normierte, deskriptive Metadaten, und stellt sie der europäischen digitalen Bibliothek *Europeana* in strukturierter, aufbereiteter und semantisch interoperabler Form zur Verfügung. Damit werden die Sammlungen der europäischen Filmarchive mit Beständen der Bibliotheken, Archive und Museen Europas vernetzt und in einen gesamt-kulturellen Kontext gestellt. *Europeana* bietet derzeit Zugang zu mehr als 18 Millionen digitalen Objekten.

Die österreichischen Bestände im EFG: Das Beispiel der *Austria Wochenschau*

Das *Filmarchiv Austria*, das im Rahmen des ersten EFG-Projekts auch als Work Package-Leader fungierte, hat für dieses wichtige Portal ausgewählte Bestände zur Verfügung gestellt, die die Heterogenität und den Wert der Archivsammlung reflektieren. Neben Zensurdokumenten und dem vollständigen Bestand der Zeitschrift *Paimann's Filmlisten*, die nicht zuletzt durch ihr fast durchgängiges Erscheinen von 1916-1965 vom besonderer filmhistorischer Relevanz sind, hat das Filmarchiv in seiner Auswahl insbesondere auf Filmmaterialien gesetzt. Dies war nicht nur durch eine günstige Rechtslage möglich, sondern auch durch die besondere Notwendigkeit der entsprechenden Zurverfügungstellung gegeben. Das EFG, das wie bereits erwähnt über das übergeordnete *Europeana*-Portal durchsuchbar ist, nimmt in der Reaktion auf den Publikumswunsch nach mehr AV-Quellen in der Familie der *Europeana*-Projekte eine dahingehende Schlüsselposition ein,

die auch durch die erstmalige grenzüberschreitende Verbindung entsprechend umfassender nationaler Sammlungen zu erklären ist. Ein österreichisches Sammlungsbeispiel, das in vollem Umfang über EFG und *Europeana* abfragbar ist und zuvor online noch nie verfügbar war, soll hier der Anschaulichkeit halber kurz beschrieben werden: die *Austria Wochenschau*.

Die *Austria Wochenschau* existierte von 1949 bis 1982 und ist damit eine der bedeutendsten Nachrichtenschauen, die jemals in den europäischen Kinos gelaufen ist. Doch nicht nur ihr umfassender Berichtszeitraum macht sie zu einem einzigartigen zeitgeschichtlichen Dokument der österreichischen Historie: Keine andere filmische Quelle ist wie sie gleichermaßen journalistisch geprägter Ausdruck und historischer Beleg gesellschaftlicher Entwicklungen in der 2. Republik. Nicht nur – aber auch – in den zeit- und kontextgebundenen Kommentartexten der Beiträge, die von ihrem

historischen Entstehungszeitraum wohl nicht völlig abzulösen sind, spiegelt sich das Potential der Wochenschauen. Diesem, auch kritisch zu betrachtenden Potential bzw. Aufgabenfeld der Wochenschauen, kann das Archiv als möglicher Leseraster beigelegt werden. An dem Punkt der nochmaligen Durchsicht, der gewinnbringenden Recherche verbinden sich sozusagen erstes und zweites Leben der Quelle. In der Verkoppelung bespiegeln sich Material und Perspektive, reflektieren ihre Möglichkeiten, Vorzüge und Herausforderungen – die wiederum neue Ansätze und Auseinandersetzungen zeitigen können.

Der Wunsch des Publikums nach Teilhabe an Ereignissen des öffentlichen Lebens führte schon in der Frühzeit des Films zur sogenannten Aktualität. Dabei waren diese kurzen Berichte, die sehr unterschiedliche Bereiche berührten, keineswegs Nachrichten im heutigen Sinn. Schon der Begriff der *Aktualität* ist mehrdeutig zu verstehen: Verstand man unter dem französischen *actualité* zunächst einen Film, der von größerem öffentlichen Interesse war, wurde der Begriff erst nach und nach zu einem Synonym für *Nachrichtenfilm*. Damit waren Filmbeiträge gemeint, in denen wichtige Ereignisse dokumentiert oder nachgestellt wurden. Als Einzelbeitrag geht die *actualité*

Der Wunsch des Publikums nach Teilhabe an Ereignissen des öffentlichen Lebens führte schon in der Frühzeit des Films zur sogenannten Aktualität.

schließlich im Programm der Wochenschauen auf; nicht zuletzt die in den jeweiligen nationalen Filmarchiven erhaltenen Belege lassen diesen Schluss zu (vgl. Smither & Klaue, 1996). All diese Einzelbeiträge sind Vorformen des *Non-Fiction*-Films, die auch in Österreich ihren Niederschlag fanden. Bis etwa 1910 kann man auch hierzulande von kompakten, auf ein Thema zugeschnittenen Kurzbeiträgen ausgehen, die als filmisches Angebot für sich alleine standen. Eine Reihung mehrerer Beiträge mündete schließlich in die klassische Form der Wochenschau des Ersten Weltkriegs, wobei der Konflikt die Form, den Inhalt und auch die Bezeichnung prägte: Eine Reihe kurzer Beiträge, deren politisch-militärische Überformung kriegsbedingt sehr deutlich spürbar ist, ersetzt die einteilige Aktualität in diesem Bereich.

Nicht zufällig orientierte man sich bei der versuchten und tatsächlichen politischen Instrumentalisierung des Mediums Film dabei gleichermaßen am Wunsch nach Unterhaltung bzw. Information und der Schaulust des Pu-

blikums – Konditionen, die auch die folgenden österreichischen Wochenschauen nachhaltig prägen sollte.

In den ersten Nachkriegsjahren dominierten die vier Besatzungsmächte die Wochenschauüberichterstattung in den österreichischen Kinos. Die Amerikaner stellten für Deutschland mit einem Österreichfenster die *Welt im Film* her; MPEA (*Motion Picture Export Association*) war das amerikanisch-britische Gemeinschaftsprodukt, das es als *Fox Tönende Wochenschau* noch bis 1978 gab. Die Franzosen adaptierten für ihren Sektor *Les Actualités Françaises* in deutscher Synchronfassung und die Russen produzierten in den *Wien-Film-Studios* am Rosenhügel die zweiwöchentlich erscheinende Wochenschau *Wir sind dabei* (vgl. Moser, 2005). In einem Grundsatzvertrag vom Juni 1949 wurde zwischen der Bundesregierung und den Besatzungsmächten die Schaffung einer eigenständigen österreichischen Wochenschau vereinbart. Das Interesse des Eigentümers, der Republik Österreich, lag in der Vermittlung österreichbezogener Bilder, welche die positiven Anstrengungen des kleinen Landes auf nationaler und internationaler Ebene hervorzuheben hatten und zur Herausbildung einer nationalen Identität dienen sollten. Von besonderer Bedeutung waren

dabei Berichte über Leistungen im wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Bereich. Die *Austria Wochenschau* befand sich zu 52% im Besitz der Republik, je 24% hielten die sozialdemokratisch bestimmte KIBA (*Kinobetriebs Ges.m.b.H.*) und die christlich-sozial dominierte *Sascha Film*. Die auch politisch relevante Zusammensetzung der Geschäftsführung bestimmte über Jahrzehnte die inhaltliche Gestaltung der Wochenschau, und ihr Programmbeirat kann durchaus als eine Vorform des späteren ORF-Kuratoriums gesehen werden. Misst man heute die Politikpräsenz in Sekunden, so wurde damals in Bildern und Metern gerechnet. Bis zur Unterzeichnung des Staatsvertrages war die Einflussnahme der Besatzungsmächte deutlich zu spüren: So machte etwa die russische Verwaltung von ihrem Zensurrecht recht häufig Gebrauch. Auch in den von der *Austria Wochenschau* selbst produzierten Bildern fehlten politische Stellungnahmen fast gänzlich, die Rolle Österreichs in der Zeit des Nationalsozialismus wurde sehr selektiv dargestellt. Auf der Grundlage der erhaltenen Aktenmaterialien, internen Produktionsnotizen und gedruckten Schlagwortkataloge (vgl. ÖGFKM, 1963; ÖGFKM, 1975; ÖGFKM, 1982) lassen sich folgende Aussagen machen: Die *Austria Wochenschau* war ein Unternehmen, das aufgrund seiner formalen Gestaltungskriterien und Erscheinungsweise Zeit in Wocheneinheiten maß. Programmgestaltung, Dreharbeiten, Schnitt, Vertonung, Mischung, Massenkopierung und Vertrieb – alle Stufen einer Filmproduktion waren in jeweils nur fünf Arbeitstagen zu bewerkstelligen. Das fertige Produkt hatte eine Durchschnittslänge von 8 bis 10 Minuten. Zwischen 1954 und 1971 wurde simultan sogar eine zweite Wochenschau, das *Weltjournal*, produziert. Der wöchentliche Output betrug somit ca. 16 Minuten Film. Insgesamt fand dieser Produktionsprozess etwa 3.300-mal statt. 1954 befand sich das Kino in seiner Blütezeit und die *Austria Wochenschau* belieferte die österreichischen Lichtspielhäuser mit rund 300 Kopien pro Woche. Das Material, das in dieser Periode entstand, bildet heute eine substanzielle Basis der

Die auch politisch relevante Zusammensetzung der Geschäftsführung bestimmte über Jahrzehnte die inhaltliche Gestaltung der Wochenschau, und ihr Programmbeirat kann durchaus als eine Vorform des späteren ORF-Kuratoriums gesehen werden. Misst man heute die Politikpräsenz in Sekunden, so wurde damals in Bildern und Metern gerechnet.

audiovisuellen Zeitgeschichte Österreichs. Die Berichterstattung ist von Lokalpatriotismus, einer mitunter verklärten Österreich-Darstellung und einer deutlichen Orientierung an westlicher Kultur und Gesellschaftsformen geprägt.

Mit der Verbreitung des Fernsehens und dem damit einhergehenden Kinosterben verschoben sich die Wertigkeiten in der Kinowochenschau. Es wurde irrelevant, tagesaktuelle Geschehnisse als Wochenschaubeitrag zu publizieren, da die zeitaufwendige Filmproduktion mit der elektronischen Vermittlung der Fernsehnachrichten

nicht mithalten konnte. So setzte die *Austria Wochenschau* gegen Ende der 60er-Jahre neue Schwerpunkte und verlagerte die Berichterstattung auf allgemein gültigere, weniger zeitgebundene Themen. Erstmals seit dem Staatsvertrag gab es vereinzelt Farbberichte und auch reguläre Sprecherinnen. Der gesellschaftliche Wandel nach 1968 brachte ästhetische und inhaltliche Veränderungen mit sich. Erstmals bekamen erzählende Personen in

der Wochenschau ihre eigene Stimme (Berichte mit Original-Ton) und wurden nicht mehr ausschließlich von einem Sprecher in indirekter Rede wiedergegeben. Zu sehen waren zu diesem Zeitpunkt auch schon früheste Formen von Musikvideos. Allein in den 70er-Jahren änderte die *Austria Wochenschau* dreimal ihre Signation, ihr Logo und somit ihr Erscheinungsbild. Mit Musikbeiträgen für eine immer jünger werdende Zielgruppe gelang ihr das durchwegs (zum Beispiel in einem Schwerpunkt zum sich ausbildenden Austro-Pop). Ihre nach wie vor belehrenden Reportagen, Parteitagsberichte und Sachbeiträge hingegen wirkten zunehmend unzeitgemäß. In den 1980er-Jahren hatte das Kino längst eine neue gesellschaftliche Funktion übernommen. Die ersten urbanen Kinocenter entstanden um 1980 und wurden vorwiegend von einer jugendlichen Zielgruppe aufgesucht. Mit *Scope* versuchte man 1982, ein neues Konzept von Wochenschau in Form eines Kinomagazins zu verwirklichen. *Scope* war in den frühen Jahren eine Annäherung an MTV, mit Filmbeiträgen zu Songs der österrei-

chischen Musikszenen und einem wöchentlichen Programmkalender. Ab 1985 gab es *Hallo Kino*, ein Society-Magazin mit Kinotrailern, moderiert von Prominenten aus Sport, Politik oder Kultur. Diese Schau wurde zunächst wöchentlich, dann zweiwöchentlich und schließlich, gegen Ende der Produktion 1994, nur mehr monatlich hergestellt.

Ausblick: EFG1914

Der Erfolg des EFG-Portals und das nachgewiesene Userinteresse an seriös aufgearbeitetem und zugänglich gemachtem Filmmaterial waren Mitgründe für eine thematische Weiterführung: Mit dem 2012 begonnenen und auf zwei Jahre geplanten Projekt EFG1914 wird der ohnehin schon beachtliche Bestand des *European Film Gateways* um Schwerpunktmaterialien zum Ersten Weltkrieg sinnvoll erweitert. Aus den Beständen des *Filmarchiv Austria*, das sowohl in der Sammlung wie auch der wissenschaftlichen Erschließung der thematischen nationalen Filmquellen und entsprechenden Kontextquellen federführend ist, trägt deshalb eine Auswahl historischer Zeitschriftenmaterialien und Wochenschauen bzw. Spezialfilme zu EFG1914 bei.

Die kriegführenden Parteien bedienten sich bei der Vermittlung des Ersten Weltkriegs der Massenmedien in einem bis dahin ungeahnten Ausmaß. D.h. die Propaganda wurde nicht über ein einziges Leitmedium transportiert, vielmehr kam es zu einer intensiven Nutzung des bestehenden bzw. eines noch zu installierenden Medienverbundes. Auch das österreichische Kriegspressequartier, das umfangreiche Aufgaben in einem großen geografischen Gebiet zu bewältigen hatte, arbeitete mit den bereits bestehenden Verflechtungen der unterschiedlichen Medien und etablierte somit eine frühe Form intermedieller, informationsbezogener Kriegsführung. Die Geschichte der österreichischen filmischen Kriegsberichterstattung im Ersten Weltkrieg lässt sich aufgrund der bisher vorliegenden Forschungsergebnisse in zwei größere Abschnitte untertei-

len: Eine Phase bis etwa 1916, in der vor allem die Präsentation von Technik von Bedeutung war, und der Zeitraum der letzten Kriegsjahre, in dem sich eine stärkere Einbindung narrativer Elemente in der filmischen Propaganda bemerkbar macht. Gemeinsam ist den Abschnitten die erwähnte komplexe Verflechtung mit anderen Medienformen. Vor dem Ersten Weltkrieg erreichten die österreichischen Filmfirmen ihr Publikum vor allem mit dokumentarischen Streifen. Schon in diesen frühen Produktionen loteten die kreativen Köpfe der Firmen die technischen Möglichkeiten mit großer Experimentierfreudigkeit aus. Die Wochenschauen der ersten Kriegsjahre waren nach den Richtlinien und Ansätzen der zivilen dokumentarischen Berichterstattung konzipiert. Folglich findet sich in den Produktionen dieses Zeitraums die eindringliche Darstellung der Kriegsmaschinerie, die als Folge eines ebenso notwendigen wie positiven Fortschritts vermittelt werden sollte. Das detaillierte Zeigen von Abläufen und Gegenständen erfüllte einen zweifachen Zweck: die Begeisterung mit dem gezeigten Ablauf und die Faszination durch den Gegenstand selbst. Ab der zweiten Hälfte des Ersten Weltkriegs tritt die Reflexion der Technik zugunsten einer narrativen Gestaltung der Kriegswochenschaubeiträge zurück. Gründe dafür waren u.a. die Kriegserfahrung heimgekehrter Soldaten und die Erkenntnis, dass die Technik offensichtlich nicht den erhofften, schnellen Sieg gebracht hatte. Um das ohnehin nun schon von den Kriegswochenschauen gelangweilte Publikum nicht mit einem Vorführzwang endgültig zu verärgern, entschlossen sich die zuständigen Stellen zu einer strukturellen Umgestaltung der Beiträge. Diese erzählerische Wende in der Berichterstattung war bis zum Kriegsende wesentlich für die Gestaltung der Filmbeiträge. Die mittels des Portals zur Verfügung gestellten Quellen werden nicht nur einen umfassenderen Einblick in eine historisch hochgradig relevante Zeitspanne bieten, sondern auch insbesondere die Forschung und die breitere interessierte Öffentlichkeit zur weiteren Auseinandersetzung mit den Quellen und ihren Kontexten einladen.

Bibliographie:

- Ballhausen, T. & Krenn, G. (2003). Kriegs-Bilder und Bilder-Kriege. Die kinematographische Kriegsberichterstattung Österreich-Ungarns während des Ersten Weltkriegs. In: *KINtop*. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films. Frankfurt a. M. 12 (o.Jg.). S. 143-150.
- Ballhausen, T. (2012). Im Dienste der Öffentlichkeit und der Sammlungen. Strategische Vorüberlegungen zur Erschließung des Archivs als Lernraum. In: Blaschitz, E., Brandhofer, G., Nosko, C. & Schwed, G. (Hg.), *Zukunft des Lernens*. Wie digitale Medien Schule, Aus- und Weiterbildung verändern. Glückstadt. S. 207-215.
- Bohn, A. (2013). *Denkmal Film*. Bd. 1: Der Film als Kulturerbe. Wien.
- Burdick, A., Lunenfeld, P., Drucker, J., Presner, T. & Schnapp, J. (2012). *Digital_Humanities*. Cambridge, MA.
- Cilliers, P. (1998). *Complexity and Postmodernism*. Understanding Complex Systems. London.
- Graham, B. & Cook, S. (2010). *Rethinking Curating*. Art after New Media. Cambridge, MA.
- Lanier, J. (2013). *Who Owns the Future?* London.
- Luenberger, D. G. (1979). *Introduction to Dynamic Systems*. Theory, Models, and Applications. o.O.
- Maragh-Ablinger, R. & Ballhausen, T. (2007). Das audiovisuelle Gedächtnis einer Nation: Zur Geschichte der AUSTRIA WOCHENSCHAU. In: *Medienimpulse*. Beiträge zur Medienpädagogik. Wien. 59 (15). S. 69-71.
- Macdonald, S. & Basu, P. (Hg.) (2007). *Exhibition Experiments*. Malden, MA.
- Moser, K. (Hg.) (2005). *Besetzte Bilder*. Film, Kultur und Propaganda in Österreich 1945-1955. Wien.
- ÖGFKM (Hg.) (1963). *Austria Wochenschau 1949-1963*. Schlagwortkatalog. Wien.
- ÖGFKM (Hg.) (1975). *Austria Wochenschau 1964-1973*. Schlagwortkatalog zum Bestand im Österreichischen Filmarchiv. Wien.
- ÖGFKM (Hg.) (1982). *Austria Wochenschau 1974-1982*. Schlagwortkatalog zum Bestand im Österreichischen Filmarchiv. Bearbeitet von Kraus, P. M. Wien.
- Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked*. The New Social Operating System. Cambridge, MA.
- Robu, V. (2009). Emergence Consensus and Shared Vocabularies in Collaborative Tagging Systems. In: *ACM Transactions on the Web*. 3 (o.Jg.). S. 1-34.
- Rustemeyer, D. (2013). *Darstellung*. Philosophie des Kinos. Weilerwist.
- Smith, A. (2004). Preservation. In: Schreibman, S., Siemens, R. & Unsworth, J. (Hg.), *A Companion to Digital Humanities*. Malden, MA. S. 576-591.
- Smither, R. & Klaue, W. (1996) (Hg.). *Newsreels in Film Archives*. A Survey Based on the FIAF Newsreels Symposium. Trowbridge.
- Thelen, E. & Smith, L.B. (2006). Dynamic Systems Theories. In: Lerner, R. M. (Hg.), *Handbook of Child Psychology*. Vol. 1: Theoretical Models of Human Development. Hoboken, NJ. S. 258-312.
- Witten, I. H., Bainbridge, D. & Nichols, D. M. (2010). *How to Build a Digital Library*. Second Edition. Amsterdam.

Weiterführende Links:

www.europeanfilmgateway.eu
www.project.efg1914.eu
www.europeana.eu
www.filmarchiv.at
www.openarchives.org
www.openglam.org
www.filmstandards.org
www.fiafnet.org

Thomas BALLHAUSEN (1975)

Mag. phil., Studium der Vergleichenden Literaturwissenschaft, der Germanistik und der Philosophie in Wien, laufendes Dissertationsprojekt zu Archivtheorie und Intermedialität. Koordinator des Studienzentrums und Kurator am *Filmarchiv Austria*, Lehrbeauftragter an der Universität Wien, Vorstandsmitglied der MAA (*Medien Archiv Austria*), ordentliches Mitglied der Klasse *Humanties* der *European Academy of Sciences & Arts*. Wissenschaftliche Veröffentlichungen zu den Schwerpunktthemen Archivtheorie, Filmgeschichte und Medienkomparatistik.

Warum wir Zeitschriften brauchen

Ein Plädoyer für Diskurs und Meinungsvielfalt in der demokratischen Gesellschaft

Katja Lüthy

Abstract

Die Wirkung eines gesellschaftlichen Mehrwerts der Zeitschrift kann nur identifiziert werden, wenn die Zeitschrift einen solchen Wert nachweisbar besitzt. In den historischen Diskussionslinien der Zeitschriftenforschung wird der Zeitschrift lediglich temporär solch ein gesellschaftlicher Mehrwert zugestanden. Ursache für die ambivalente Sicht auf die Zeitschrift ist die Vernachlässigung der historisch-hermeneutischen Perspektive in der Forschung. Damit wird die historische Rolle der Zeitschrift als wichtiges Medium seit der Aufklärung ausgeblendet. 1974 versuchte Hans Wagner, der Zeitschrift gleichsam formal eine Pluralität an Meinungen zu verordnen. Doch die Quantifizierung der Pro und Kontra mit empirisch-statistischen Methoden, wie sie Wagner verwendete, blieb ergebnislos. Um Strukturen, Qualitatives, Wert- und Sinnhaftes zu erkennen, braucht es phänomenologische und hermeneutische Methoden. Mit ihnen lassen sich Zeitschriften von PR-Blättern unterscheiden. Erst dadurch begründet sich die Glaubwürdigkeit der Zeitschrift als freie, keinen Partikularinteressen unterworfenen Presse..

Im derzeitigen Verständnis der Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler erscheint die Zeitschrift als Dienerin vieler Herren. Ob Kundenmagazin, Verbands- oder Bistumsblatt – der Begriff „Zeitschrift“, gepaart mit pressetypischer Aufmachung, verleiht jedem Reklame- und Agitationsblättchen einen Schimmer journalistischer Qualität. Doch der Schein trügt. Während Zeitschriften im historisch-hermeneutischen Sinn dem Bürger Meinungsvielfalt bieten, damit er über genügend Informationen verfügt, um angemessen entscheiden zu können (vgl. Scherer, 2010, S. 18), offerieren die PR-Blätter nur eine einzige Meinung. Einseitiger Wissenserwerb aber verunmöglicht es dem Bürger, ausgewogene wie verantwortliche Entscheidungen zu treffen (vgl. Arnold, 2008, S. 496). Unter dem Aspekt der Public-Value-Debatte (vgl. Scherer, 2010, S. 15-16) erzeugen deshalb PR-Blätter weder einen gesellschaftlichen Mehrwert noch eine positive Wirkung (vgl. Scherer, 2010, S. 18) beim Bürger selbst. Zugleich wird deutlich, warum die Medienform Zeitschrift im heutigen Verständnis bei der Public-Value-Debatte keine Rolle spielt.

Die Defizite der Zeitschriftenforschung

Wo aber liegen die Ursachen für das ambivalente Verständnis vom Begriff „Zeitschrift“? Dafür gibt es mehrere Gründe. Die Zeitschrift mit ih-

ren zahlreichen Varianten für Berufs-, Freizeit-, Standes-, Fach- und Unterhaltungsinteressen und ihrer diffusen Begriffsgeschichte wurde lediglich in seltenen Fällen als Gegenstand für die Grundlagenforschung gewählt. Das eigentliche Interesse richtete sich auf die Zeitung. Um diese zu charakterisieren, musste sie von der Zeitschrift abgegrenzt werden. Zahlreiche Definitionen ex negativo waren das Ergebnis und kulminierten in der wohl kürzesten und zugleich beliebigen Formel „Alles, was nicht Zeitung ist, ist Zeitschrift.“ (Ebner, 1916, S. 13).

Schon die anfangs verwendeten Methoden in der Zeitschriftenforschung, damals angesiedelt in Zeitungskunde und -wissenschaft, erwiesen sich als ungeeignet, das Wesen der Zeitschrift und einen damit verbundenen gesellschaftlichen Wert zu erkennen. Beschreibungen von Alltagsbeobachtungen und bibliographisch-statistische Betrachtungen prägten bis Ende des 19. Jahrhunderts die Zeitschriftenforschung. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts plädierte mit Richard Wrede, Martin Spahn und Karl Bücher (vgl. Bohrmann, 2002, S. 31) bereits eine Gruppe Presseforscher für einen sozialwissenschaftlichen Ansatz, welcher in der Konsequenz weg von der nicht zielführenden Einzelmedientheorie hin zu allgemeinen Medientheorien führte.

Und obwohl die Zeitschriftenforschung 1928 mit den wegweisenden Arbeiten von Joachim Kirch-

ner, Gerhard Menz und Otto Groth ein wissenschaftliches, wenn auch nur punktuell historisch begründetes Fundament erhielt, war ab 1933 die beginnende Eigenständigkeit der Zeitschriftenforschung bereits Fachgeschichte. Die Phase der institutionalisierten Zeitschriftenkunde bis 1945 orientierte sich ausschließlich an den propagandistischen Interessen des NS-Staates. Kleinere Aufsätze, bestückt mit Alltagsbeobachtungen und Gesinnungsphrasen, füllten die Fachblätter. Mit dem über 20 Jahre dauernden Paradigmenwechsel zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, eingebettet in die Sozialwissenschaften, erlosch schließlich das Interesse an einer Grundlagenforschung zum Gegenstand Zeitschrift, welches letztlich für eine Debatte um einen gesellschaftlichen Mehrwert unabdingbar ist. Auch das geschichtliche Gewordensein des Gegenstandes Zeitschrift und zwar unabhängig von der Zeitung wurde ausgeblendet. Denn das Abwenden vom Einzelmedium und seinen ihm nahestehenden historisch-hermeneutischen und phänomenologischen Methoden führt zu einer Vernachlässigung der historischen Perspektive in der Forschung. Ohne den Blick zurück, um die Geschichte wissend, wird die Medienform daher als schillernder, veränderlicher Begriff erklärt und verstanden, welcher nach Bedarf als verlagswirtschaftliches Produkt oder als randständiges, undefinierbares Teilgebilde eines Medienbegriffs definiert wird und sich damit freilich auch selbst jeder Debatte entzieht.

Bei dieser Aneinanderreihung von Gründen, welche das schlecht bestellte Feld der Zeitschriftenforschung nur annähernd abstecken können, zeichnet sich zudem Folgendes ab: Eine historisch-hermeneutische Forschung hat nie in ausreichendem Maße stattgefunden. Sie wurde zu jeder Zeit von Alltagsbeobachtungen, ökonomischen Überlegungen und während der NS-Zeit von Propaganda übertönt, bevor sie von sozialwissenschaftlichen Methoden abgelöst wurde.

Die Zeitschrift als Medium der Aufklärung

Beim Lesen der bescheidenen Bestände an pressegeschichtlicher Literatur in der Bibliothek des Instituts für Publizistik- und Medienwissenschaft an der Universität Zürich wirkt das Fehlen der Zeitschrift in der Debatte um einen gesellschaftlichen Mehrwert und dessen Wirkung jedoch geradezu paradox. Kein anderes Periodikum – insbesonde-

re weder Zeitung noch Kalender – trug seit der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts in dem Maße zur Aufklärung eines sich stärkenden, wissbegierigen Bürgertums bei wie die Zeitschrift. Klaus Berghahn kommentiert:

„Die sich formierende bürgerliche Gesellschaft vergewissert sich durch Kunst und Kritik nicht nur ihrer eigenen Werte und Lebensprojektionen, vielmehr dient die Selbstreflexion der Kunst in der Kritik indirekt auch der politischen Meinungsbildung. Daher haben die Zeitschriften für das mündig werdende Bürgertum eine wichtige Funktion, sie werden zum eigentlichen Instrument der Kritik und einer literarisch-kritischen Öffentlichkeit.“

(Berghahn, 1985, S. 16)

Teile der Öffentlichkeit wiederum reagierten und übernahmen selbst eine aktive Rolle. So gaben Professoren, Beamte, Geistliche Zeitungen und Zeitschriften heraus, arbeiteten als Redakteure oder in Assistenz, um Wissen und Verhaltensweisen darzulegen und bekanntzumachen. Die Zeitschrift erbrachte also nicht nur einen gesellschaftlichen Mehrwert, sie rief eine konkrete, positive Wirkung hervor, und entsprach damit faktisch dem Wirkungsbegriff Public Value.

Die Grundlage einer solchen Entwicklung bildet die Meinungsvielfalt oder anders formuliert, dass alle über alles informiert werden können. Der Dichter und Publizist Robert Prutz bezeichnete diese Prämisse als „demokratisches Princip“ (Prutz, 1845, S. 84). Prutz widmete sich als erster Presseforscher der Zeitschrift und ihrer Geschichte – in größerer Ausführlichkeit freilich der Zeitung. Für diese stellte er die vier journalistischen, unter der inzwischen geläufigen Bezeichnung „publizistischen Kriterien“ auf, an denen sich die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bis heute orientiert. Prutz hatte festgestellt, dass die Zeitung zumeist in regelmäßigen Abständen, also periodisch herausgegeben wurde und dass sie eine „Collection von Neuigkeiten“ (Prutz, 1845, S. 170) enthielt. Damit konnte sich der Leser ein umfassendes Bild vom Tagesgeschehen machen und zwar in jüngster, aktueller Vergangenheit, abhängig von den jeweiligen Verkehrswegen und -knotenpunkten. Mit diesen vier Beobachtungen, dem getakteten, regelmäßigen wie Nachrichten sammelnden Moment (Periodizität und Kollektivität), dem Veröffentlichen selbst (Publizität) und schließlich dem Aspekt, es müsse sich um eine Neuigkeit handeln (Aktualität), setzte sich Prutz

an den Anfang einer Debatte über die Aufgabe des Journalismus und über journalistische Qualität, welche bis heute fortläuft.

Medienform Zeitschrift ohne Vergangenheit

Als die Presseforscher sich Anfang des 20. Jahrhunderts um die ersten Abgrenzungen der Zeitung zur Zeitschrift bemühten, griffen sie auf die von Prutz so anschaulich formulierten publizistischen Kriterien der Zeitung zurück. Die Zeitschrift indes sollte trennscharf zur Zeitung endlich eine eigene Definition erhalten. Dazu wurden die drei publizistischen Kriterien Periodizität, Aktualität und Publizität modifiziert. Die Zeitschrift erscheint demgemäß in großen Abständen mit sekundär aktuellen Themen für ein Spartenpublikum. Nur der Begriff Kollektivität war aufgrund seines Bezugs auf die Darstellungsform Nachricht bei der Zeitung nicht ohne weiteres auf die Zeitschrift mit ihren eher meinungsbetonten Darstellungsformen übertragbar. Zunächst wandelte Emil Löbl die „Kollektivität“ der Zeitung um in „Universalität“ (Löbl, 1903, S. 26). Bei Hermann Diez ist dann bereits von einer eingeschränkten Themenvielfalt der Zeitschrift die Rede (vgl. Diez, 1910, S. 40). Damit definiert sich die Zeitschrift als begrenzt periodisches, aktuelles Fachblatt, welches an die Öffentlichkeit tritt. Doch diese bis heute verbreitete Definition enthält einen entscheidenden Mangel. Sie verschweigt gleichsam die historische Rolle der Zeitschrift als Meinungsforum.

Die fortwährende Diskussion um die überzeugendste Interpretation der stets neu modifizierten Kriterien für die Zeitschrift ließ dabei deren originäre, historische Bedeutung für die Gesellschaft zusehends verblassen. 1910 schrieb der Begründer der Fachzeitschriftenforschung, Jakob Friedrich Meißner, der Zeitschrift immerhin eine Diskursfähigkeit zu:

„Aufgabe der Zeitschrift ist es: Lehrerin der Massen zu sein, die von den Zeitungen in die Welt gesetzten Nachrichten kritisch zu untersuchen und entweder richtig zu stellen oder erläuternd zu vertiefen.“

(Meißner, 1910, S. 9)

18 Jahre später nehmen unter den Begründern der Zeitschriftenforschung lediglich Kirchner und Groth den Faden der Zeitschriftengeschichte sporadisch auf. Für Kirchner offenbarte einzig das Kriterium Publizität journalistisches Streben (vgl.

Kirchner, 1928, S. 19-20) und Groth bezeichnete die Zeitschrift zwar als Medium der Aufklärung, befasste sich aber hauptsächlich mit der Re-Interpretation der publizistischen Kriterien (vgl. Groth, 1928, S. 611, S. 26-56). Ohne Zweifel mochte kein Presseforscher der Zeitschrift ihre geschichtliche Leistung absprechen (vgl. Kienningers, 1932, S. 246). Aber die publizistischen Kriterien, in deren engen Rahmen die Zeitschrift interpretiert wurde, ließen das Einbeziehen der historischen Perspektive nicht zu.

Die NS-Propagandisten erkannten sofort einen gesellschaftlichen Mehrwert der Zeitschrift in ihrem Sinne und nutzten ihn, um ihre nationalsozialistischen Interessen rigoros auf allen Ebenen umzusetzen. Das Fachblatt *Der Zeitschriften-Verleger* von 1934 beschrieb die ideologische Rolle der Zeitschrift wie folgt:

„Wie die Illustrierte und Unterhaltungszeitschrift diese Aufgabe zu erfüllen hat, ist ziemlich klar. Aber auch die Fachzeitschrift und die Zeitschrift angewandt-wissenschaftlichen Charakters darf [sic!] bei ihrer Arbeit diese Beziehungen zur Gemeinschaft nicht vernachlässigen. Sie wird ihren Ausdruck finden in wirtschaftspolitischen Aufsätzen, in staatspolitischen Erörterungen, sie wird unauffällig und kaum bemerkt in den kleinsten Äußerungen zum Ausdruck kommen können, wenn sich nur der Schreibende in allem Tun seiner Verpflichtung der Gesamtheit gegenüber bewußt bleibt.“

(N.N, 1934, S. 2-5)

Die Zeitschrift als Totalität zu begreifen, wie dies im Sommersemester 1939 von dem Münchener Zeitungswissenschaftler Karl d’Ester deklamiert wurde, stand nun nicht mehr unter dem Prutzschen Leitgedanken, dass alle über alles informiert werden sollten, sondern zielte auf die propagandistische Gleichschaltung möglichst aller Publikationen.

Wurde der gesellschaftlichen Aufgabe der Zeitschrift vor 1933 kaum Bedeutung zugemessen, überboten sich nationalsozialistisch gesinnte Presseforscher wie Ernst Herbert Lehmann und Heinz Groth an Parolen, was die Medienform Zeitschrift alles für NS-Staat und Volk bereit sei zu leisten. Doch nicht die klassischen Zeitschriften agierten als willige Instrumente eines verbrecherischen Staates, sondern Partei- und Propagandablätter. Zeitschriften, die sich im historisch-hermeneutischen Sinne als gesellschaftskritische Wegweiser des mündigen Bürgers bewährt hatten, wie etwa *Die Weltbühne*, *Das*

Tage-Buch und *Der Querschnitt*, wurden rasch verboten oder beendet. Und damit entfiel auch der gesellschaftliche Mehrwert für den Bürger in Form einer demokratischen Entscheidungsgrundlage.

Erst 1960 äußerte sich wieder der Presseforscher Joachim Kirchner zur Zeitschrift, ohne die Kriterien in den Mittelpunkt zu stellen. Der Wegbereiter der Zeitschriftenkunde, Kirchner, erklärte, dass die Zeitschrift ein journalistisches Ziel, allerdings im Sinne von Unterhaltung, verfolge und sich damit von werbenden Kundenzeitschriften unterscheide (vgl. Kirchner, 1960, S. 16). Wobei das unterhaltende Element wie Sprachstil und -witz, Typographisches und Illustratives als Teil der Übersetzungsleistungen eine nicht zu unterschätzende Rolle spielt, indem es trockene Informationen und Meinungen in ansprechende und anschauliche Formen kleidet (vgl. Arnold, 2008, S. 502)! Und während der Abschluss des Paradigmenwechsels von der Zeitungswissenschaft zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vollzogen wurde, arbeitete Wilmont Haacke als einer der letzten bekannten Einzelmedienforscher an seinem Werk zum Einzelmedium, der politischen Zeitschrift, dessen ersten Band er 1968 veröffentlichte. Neben den publizistischen Kriterien verweist Haacke erstmals wieder auf die von Prutz erklärte Vielfalt an Informationen und Meinungen. Allerdings schwingt bei Haacke noch die modifizierte, also beschränkte Publizität mit. Das bedeutet: Meinungsvielfalt ja, aber nur innerhalb des jeweiligen politischen Programms (vgl. Haacke, 1968, S. 207-208).

Meinungsvielfalt als Programm?

Aber wie stellt sich diese historisch-hermeneutisch beschreibende Meinungsvielfalt überhaupt in der Zeitschrift dar? Handelt es sich um einen lediglich fühlbaren Ausdruck für journalistische Qualität, welcher bei Lichte besehen nur den eigenen moralischen Ansprüchen standhalten muss, oder liegt hier eine tatsächlich messbare Größe vor? Konkret wurden diese Fragen im November 1971 gestellt, als das katholische Wochenblatt *Publik* nach dreijährigem Erscheinen vom Markt ge-

nommen wurde. Die deutschen Bischöfe, welche das Wochenblatt nach Plänen des Regensburger Juristen Hans Suttner initiiert hatten und nun nicht mehr weiterfinanzieren wollten, waren der Meinung, dass *Publik* zu wenig Richtungsblatt sei. *Publik*-Leser wiederum forderten, dass das Blatt progressiver werden solle (vgl. Schmolke, 2002, S. 138). Der damalige Publizistikwissenschaftler Hans Wagner an der Universität München entwickelte daraufhin die Forumstheorie, wonach ein Blatt alle Meinungen bringen sollte, so wie es Prutz 1845 für die Nachrichtenvielfalt der Zeitung erklärte.

Denn tatsächlich ist es unmöglich, überhaupt die erforderliche oder gewünschte absolute Zahl an Autoren und Themen festzustellen, um zu erkennen, wer oder was im Forum zum idealen Dialog fehlt.

Wagner prüfte also das Bistumsblatt *Publik*, knapp formuliert, zunächst einmal auf seine formale Struktur: Steigt oder sinkt die Zahl der Beiträge in einem bestimmten Ressort? Wieviel Meinungsartikel aus dem Umkreis der katho-

lischen Kirche und dagegen fremde Meinungen sind enthalten? Und welche Themen werden in welcher Form angesprochen? Anschließend analysierte Wagner die inhaltliche Darstellung einzelner kontroverser Themen mittels Fallstudien. Wagner kam zu dem Fazit, dass nicht die Bischöfe, sondern die Redaktion selbst entschieden hatte, nur partikular zu informieren (vgl. Grave & Hoeren, 1974, S. 47). Sein Schüler Werner Döbereiner unterzog drei Jahre später, 1977, nochmals vier deutsche Bistumsblätter einer empirischen Untersuchung (vgl. Döbereiner, 1977). Deren Ergebnis lautete – kaum überraschend – dass in keiner der vier Publikationen alle Personen und Gruppen zu Wort kamen. Denn tatsächlich ist es unmöglich, überhaupt die erforderliche oder gewünschte absolute Zahl an Autoren und Themen festzustellen, um zu erkennen, wer oder was im Forum zum idealen Dialog fehlt (vgl. Schmolke, 2002, S. 140). Nicht zuletzt klingt die mit der Forumstheorie verknüpfte Forderung Wagners wirklichkeitsfremd, Bistumsblätter künftig kontrollieren zu wollen, um eine tendenzielle Berichterstattung zu verhindern (vgl. Oertel, 2012, S. 195). Angesichts der zahlreichen Zielvorstellungen der Geldgebenden Bischöfe, etwa dass *Publik* das Konzil und die Hierarchie der katholischen Kirche akzeptieren solle (vgl. Grave & Hoeren, 1974, S. 49) musste Wagner letztlich mit seinem Vorhaben scheitern.

Ohnehin dürfte dem Wagnerschen Anspruch keine einzige Zeitung oder Zeitschrift genügen, da die vollkommene Meinungs- wie Nachrichtenvielfalt gar nicht das erklärte Ziel der Akteure ist (vgl. Arnold, 2008, S. 494). Michael Schmolke kommentierte die Forumstheorie wie folgt:

„In der Praxis von ‚Publik‘ zeigte sich, daß die Zeitung eben nicht allen alles sein konnte. Ebenso wie sie manche Autoren bevorzugte und andere abwies, soll es eine ganze Reihe von Autoren gegeben haben, die ihr die Mitarbeit verweigerten. [...] und daran erkennt man sowohl den Widersinn der Totalisierung des Forum-Gedankens als auch die Chance, die im konkurrierenden privatwirtschaftlichen Pressewesen liegt: idealtypisch gesehen, ergibt erst das Zusammenklingen vieler je einzelner Stimmen das Forum.“

(Schmolke, 1974, S. 16-17)

Nach Schmolke entsteht die Meinungsvielfalt nämlich erst in der Summe aller Zeitungen und Zeitschriften. Auch bei Werner Grave und Jürgen Hoeren, welche die Untersuchungsergebnisse Wagners kritisch darlegen, klingen Zweifel an, dass eine einzige Publikation die pluralistische Aufgabe bewerkstelligen kann, wozu es eigentlich die Gesamtheit der Presse brauche.

Pluralität, Meinungsvielfalt und Publikumsaktivität

Die Äußerungen der Autoren implizieren allerdings, Pluralität sei gleichzusetzen mit Meinungsvielfalt. Das ist zweifellos richtig, wenn Pluralität nicht nur auf die Anzahl der herausgegebenen Pressepublikationen reduziert wird, sondern auch eine inhaltliche Vielfalt der Zeitungen und Zeitschriften selbst indiziert. So gab es 1934 nach einer Aufstellung von Walter J. Schütz 3097 Zeitungen; allerdings war ein Jahr zuvor, im Februar und März 1933, bereits die gesamte sozialistische Presse verboten worden (vgl. Pracke, Lerg & Schmolke, 1970, S. 106-108). Noch 1928, in der relativ stabilen Phase der Weimarer Republik, erschienen zum Vergleich 3356 Zeitungen im damaligen Gebiet des Deutschen Reiches, so dass unbestritten sechs Jahre später eine Tendenz zur Einschränkung der Pressevielfalt erkennbar ist. Es stellt sich aber auch unweigerlich die gleiche Frage wie bei der Forumstheorie: Ab welcher Anzahl Pressepublikationen eigentlich Pluralität und damit Meinungsvielfalt garantiert ist und – mit Blick auf die Public-Value-Debatte – wie über-

haupt eine aktive Rolle des Publikums ermöglicht werden kann.

An dieser Stelle dürfte deutlich werden, dass es sich durchaus lohnt, neben den publizistischen Akteuren dem Einzelmedium wie der Zeitung und eben auch der Zeitschrift Aufmerksamkeit zu schenken. Wenn die Publikationen nicht selbst vielfältig, sondern inhaltlich gleichgeschaltet sind, spielt die Anzahl der am Kiosk erhältlichen Blätter keine Rolle mehr. Anders formuliert: Meinungsvielfalt *kann* nicht nur von einer einzigen Zeitschrift geleistet werden, sie *muss* es sogar. Meinungsvielfalt zeigt sich jedoch nicht als beliebig bezifferbare Utopie ohne geschichtlichen Bezug, wie es von Wagner empirisch-statistisch eingefordert wurde. Meinungen als Teil einer Kontroverse können nur historisch-hermeneutisch, also aus der jeweiligen hermeneutischen Situation heraus verstanden werden. Die empirisch-statistische Methode oder funktionale und systemtheoretische Herangehensweisen (vgl. Haller, 2010, S. 354-355), welche vom Gegenstand Meinungsvielfalt wegführen, bleiben im Ergebnis verschwommen. Erst die geisteswissenschaftlichen Methoden ermöglichen es, Fragen nach „Strukturen, Qualitativem, Wert- und Sinnhaftem“ (Danner, 1998, S. 166) zu verstehen und zu beantworten, wie sie sich in den Debatten um Medien und insbesondere in der Public-Value-Debatte zwangsläufig stellen.

Geisteswissenschaftliche Methoden als Schlüssel

Gleichwohl möge diese positive Sicht auf geisteswissenschaftliche Methoden und Einzelmedienforschung nicht als Blick zurück verstanden werden. Der 1945 begonnene und über 20 Jahre andauernde Paradigmenwechsel hin zum sozialwissenschaftlichen Ansatz konnte nur durch den radikalen Bruch mit der alten, deskriptiven Herangehensweise sowie der Einzelmedienforschung (Zeitschrift) durchgesetzt werden. Das bedeutete auch, dass in späterer Folge gattungsspezifisch-historische Arbeiten wie jene von Haacke zur politischen Zeitschrift aus den Jahren 1968 und 1982 mit zahlreichen Hinweisen zur Grundlagenforschung als nicht wegweisend deklariert wurden. So warnte Hans Bohrmann 1975 vor der Haackeschen Arbeit, da sie die Zeitschriftenkunde innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zu festigen suche, ohne neue Erkenntnisse über öffentliche Kommunikation

zu erbringen (vgl. Bohrmann & Schneider, 1975, S. 16-17).

Dabei handelt es sich bei den Ausführungen von Haacke in keiner Weise um moralisch-subjektive Absichtserklärungen, was Journalismus für die Gesellschaft zu leisten habe, wie das bei einigen Diskussionen der Fall ist und beispielsweise von Ulrike Röttger vom Institut für Kommunikationswissenschaft Münster und von Bohrmann zu Recht kritisiert wird (vgl. Röttger, 2002, S. 112; vgl. Bohrmann, 2002, S. 29). Wie Prutz 1845 erklärt hatte, dass erst die vier Kriterien der Zeitung (Periodizität, Aktualität, Kollektivität und Publizität) den Journalismus formal ermöglichen (vgl. Prutz, 1845, S. 170), zeigt Haacke für die Zeitschrift auf, dass Meinungen auch durch „Technik, Taktik, Form und Stil“ (Haacke, 1968, S. 2) gebildet werden können. Wer Meinungen und deren Vielfalt erkennen will, findet den Zugang auch über die phänomenologische Herangehensweise, denn so Haacke:

„Die Deskription eines Objektes von außen her [führt. Anm.] in sein Inneres, in sein Wesen. Wer das bejaht, kommt zu der Einsicht, daß ein beschreibendes Verweilen beim Titelblatt zum Inhaltsverzeichnis, ja schließlich zur Aufmachung, zur Gestaltung, zur Aufteilung, zum Umbruch einer Zeitschrift weiterführt.“
(Haacke, 1968, S. 45)

Damit die phänomenologische Spurensuche aber nicht zu abstrakten, metaphysischen Skizzen führt, braucht es das historisch-hermeneutische Verstehen. In diesem Sinn ist auch das demokratische Prinzip nach Prutz zu verstehen, welches über die vier publizistischen Kriterien Periodizität, Publizität, Aktualität, Universalität (Kollektivität) in der Zeitung selbst in Erscheinung tritt. Die Spuren der vier Kriterien finden sich in der Zeitung konkret als Datum und Ausgabennummer (Periodizität), ferner in den Übersetzungsleistungen wie etwa Illustrationen, rhetorischen Mitteln und Seitenzahlen (Publizität), dazu im zeitgemäßen, presstypischen Layout mit Fettvor- und kanalisierenden Spaltenumbrüchen (Aktualität) sowie mit der Sammlung an Nachrichten (Kollektivität resp. Universalität). Die Zeitschrift

ähnelt der Zeitung darin mit Ausnahme der Kollektivität. Statt deren Sammlung nachrichtlich betonter Darstellungsformen besitzt die Zeitschrift eher Meinungen, in Form von meinungs- betonten Darstellungsformen, darunter Aufsatz, Essay, Glosse, Reportage, Brief, Polemik, Gespräch, Porträt und Memoiren. Prutz wies darauf hin, indem er aus *Thomasius' Monats-Gesprächen* von 1688 über vier Reisende aus Leipzig in einer Kutsche berichtete (vgl. Prutz, 1845, S. 299-306). Das Quartett hatte mit vier unterschiedlichen

Meinungen Gespräche über aktuelle Ereignisse geführt. Mit solchem Für und Wider, Pro und Kontra als „diskursive Universalität“ schon beim alten Exemplum beweist sich die Zeitschrift als eine Publikation mit gesellschaftlichen Mehrwert im Sinne der Meinungsbildung des Rezipienten.

Der diskursiven Universalität der Zeitschrift liegen also meinungsbetonte Darstellungsformen zugrunde. Es werden aber nicht wie bei Kunden-, Partei- oder Unternehmensblättern ausschließlich Pro- oder gegebenenfalls Kontra-Meinungen veröffentlicht, sondern unterschiedliche Meinungen gleichermaßen differenziert gestaltet und arrangiert. Auch der Anzeigenbereich wird als solcher gekennzeichnet oder separiert, während das Inhaltsverzeichnis nur den redaktionellen Teil wiedergibt. Angesichts der Einbettung in den historischen Kontext stellt die diskursive Universalität keine quantitativ-empirisch messbare Größe dar, denn in Zeiten der Zensur zeigt sie sich zurückgenommen bis zum Verstecktsein zwischen den Zeilen. So wurde beispielsweise in einem zensierten Kalender von 1970 die Liste der Geburtstage von DDR-Größen durch Todestage von Kirchenvertretern durchbrochen. Aus heutiger Sicht eine Bagatelle, zog damals eine solche Widerständigkeit eine mögliche Verhaftung nach sich (vgl. Müller & Wolf, 2008, S. 315). Die diskursive Universalität zeigt sich insofern vielschichtig und immer abhängig vom jeweiligen Geschichtskontext.

Anzeigenblätter sind keine Zeitschriften

Vor diesem Hintergrund wird zunächst deutlich, wie schwer mitunter die Linie allein zwischen

Angesichts der Einbettung in den historischen Kontext stellt die diskursive Universalität keine quantitativ-empirisch messbare Größe dar, denn in Zeiten der Zensur zeigt sie sich zurückgenommen bis zum Verstecktsein zwischen den Zeilen.

Zeitschriften und Werbeschriften zu ziehen ist. Denn die Aufmachungen der Anzeigenblätter im Zeitschriftengewand mit den genannten publizistischen Kriterien Periodizität, Publizität und Aktualität sollen bewusst denen der Zeitschriften gleichen. Als sogenannte Hybridformen wie beispielsweise der Magalog, als eine Mischung von Magazin und Katalog, dienen sie dem Corporate Publishing, nicht aber der Meinungsfindung des Bürgers. Freilich wäre es verfehlt, den Unternehmen, Verbänden oder eben Kirchenvertretern vorzuwerfen, sich der Möglichkeiten zu bedienen, ihre Ein-Meinungsblätter pressetauglich erscheinen zu lassen. Wegen der Existenz der von diskursiver Universalität geprägten Qualitätszeitschriften wird der Rezipient aber aufgrund seiner Erfahrungen damit den Unterschied wahrnehmen.

Allerdings verläuft die zunehmende Verknüpfung von PR und Journalismus weitaus subtiler und marktferner, nämlich schon in den Bereichen Forschung und Ausbildung von journalistischen Akteuren. So argumentiert die Professorin für Public Relations, Ulrike Rüttger, damit, dass Unternehmen schließlich eine gesellschaftliche Verantwortung tragen. Sie schlussfolgert:

„Vor diesem Hintergrund ist die Sichtweise verkürzt, Kundenmagazine auf ihre Funktion als marketingorientiertes Instrument zur Verkaufsförderung zu reduzieren. Kundenmagazine dienen nicht nur der positiv getönten Darstellung von Produkten und Dienstleistungen, sie bieten zudem die Möglichkeit, wirtschaftliche Ziele und wirtschaftliche Handeln, jenseits marktlicher und rechtlicher Verpflichtungen zu legitimieren und gesellschaftspolitisches Engagement von Unternehmen darzustellen.“
(Rüttger, 2002, S. 116)

Ohne Zweifel dürfen und müssen sich Unternehmen präsentieren. Aus deren Publikationen jedoch letztlich einen altruistischen Beitrag zum gesellschaftlichen Mehrwert herauslesen zu wollen oder gar auf positive Wirkung beim Bürger zu spekulieren, grenzt an Wunschdenken. Auf solchem verödeten Feld der Zeitschriftenforschung wandte sich auch der derzeit außerplanmäßige Professor für Kommunikationswissenschaft

an der Universität Bamberg und Mitbegründer eines privatwirtschaftlichen Instituts für Marktforschung, Andreas Vogel, dem Gegenstand Zeitschrift zu, um ihn als Begriff sogleich abzuschaffen. Vogel schlägt vor, stattdessen den Oberbegriff Presse zu verwenden und ihn nach funktionalen Gruppen zu unterteilen. Zu den drei Hauptgattungen zählen laut Vogel Tagespresse, Fachpresse, Populärpresse. Und als folgerichtige Varianten der Hauptgattungen wählt Vogel die Kundenpresse, Werkpresse, Amtspresse, Anzeigenblätter, konfessionelle Presse und Mitgliederpresse (vgl. Vogel, 2002, S. 23).

Printmedien in der Krise?

Mit Vogels Systematik wird der gesellschaftliche Mehrwert, welchen die Zeitschrift aufgrund ihrer diskursiven Universalität vertritt, irrelevant. Der Diskurs, an dem mindestens zwei Meinungen beteiligt sind oder in dem eine „entschiedene Parteinahme für und wider“ (Prutz, 1845, S. 388) genommen wird, ist vielen von Vogels Pressegattungen fremd. Der Begriff Presse ist aber noch aus einem anderen Grund problematisch. Ausgehend von den vier publizistischen Kriterien als konstituierende Struktur der Zeitschrift ist es unwesentlich, ob sie

auf bedruckbarem oder elektronischem Papier erscheint (vgl. Keller 2005, S. XVII). Nach Vogel zählen aber nur die der Druckpresse entnommenen Publikationen zum Gattungsbegriff Zeitschrift (vgl. Vogel, 2002, S. 25). Damit verengt sich nicht nur der Blick auf eine wissenschaftlich zu erkennende Gattungsgröße, es wird auch eine künstliche Trennung von Print- und elektronischen Publikationen suggeriert, die wiederum die Krise der Printmedien begründe. Diese Krise, insbesondere der Zeitungen, deren Nachrichten kostenlos im Netz abrufbar sind, muss jedoch keine der Zeitschriften sein und auch nicht zwangsläufig zu einer Krise des Journalismus führen!

Der bunte Markt an Zeitschriften mit zahlreichen Neugründungen spricht geradezu gegen eine Krise der Printmedien. Weder der erste drastische Anstieg von elektronischen Zeitschriften bis 1999 durch das World Wide Web (vgl. Keller, 2005, S.43), noch der Vertrauensverlust in

Ohne Zweifel dürfen und müssen sich Unternehmen präsentieren. Aus deren Publikationen jedoch letztlich einen altruistischen Beitrag zum gesellschaftlichen Mehrwert herauslesen zu wollen [...] grenzt an Wunschdenken.

die Wirtschaft durch den Zusammenbruch des Neuen Marktes ein Jahr darauf bremste die seither anhaltende Gründungseuphorie für gedruckte Zeitschriften. Allein in Berlin erschienen 2004 mindestens sieben Printtitel, die ihre Inhalte größtenteils aus Kultur und Gesellschaft schöpfen: die Modezeitschrift *Achtung*, das Gesellschaftsmagazin *Dummy*, das Berlin-Magazin *Voss*, die Lifestyle-Magazine *Zoo* und *Deutsch* sowie die Ringier-Zeitschriften *Monopol* für Kunst und *Cicero* für Politik. Letztere zählt mit einer derzeit verkauften Auflage von 83.000 (vgl. IVW, 2013) zu den erfolgreichsten dieser Gruppe. Sogar eine verkaufte Millionenaufage ist realisierbar, wie es aktuell die *Landlust* aus Münster beweist (vgl. IVW, 2013). Obendrein zog diese erfolgreiche Zeitschrift seit ihrem über siebenjährigen Bestehen zahlreiche Neugründungen nach sich: *Landkind*, *Landliebe*, *Landidee*, *Liebes Land* und *mein schönes Land* heißen die Namensvettern des Originals – Verwechslungen nicht ausgeschlossen, sondern erwünscht.

Die Medienform Zeitschrift mit ihren meinungsorientierten Darstellungsformen behauptet sich seit ihren ersten Ausgaben 1665 in Paris mit dem *Journal des Sçavans* und der 1674/1675 erschienenen Nürnberger Schrift *Der Verkleidete Götter-Both Mercurius* (vgl. Stöber, 2005, S. 86) als Erfolgsmodell, ganz im Gegensatz zur Zeitung. Haacke begründete dies schon 1968 wie folgt:

„Haben sie sich [die Zeitungen. Anm.], kritisch betrachtet, jemals dazu aufgeschwungen, mehr zu sein als Nachrichten oder Benachrich-

tigungen? Auf die Dauer gewiß nicht! Selbst wenn sie sich im 18. Jahrhundert um Raisonement, im 19. Jahrhundert um Kommentar, im 20. Jahrhundert um Kritik bemühten, stets blieben sie dem Tag und seiner Hinfälligkeit, ja Vergänglichkeit, verhaftet. Rascher als andere welken die Blätter des Zeitungswaldes.“
(Haacke, 1968, S. 12)

Nicht von Ungefähr erklärte bereits Karl Bücher 1926, dass die Zeitung in den Bereich der Zeitschrift einbreche, nicht umgekehrt (vgl. Bücher, 1926, S. 22). Die journalistische Qualität der Zeitschrift ist ihre Stärke und ihr Wesenszug zugleich. Wird auf sie verzichtet, liegt keine Zeitschrift vor.

Die Institution des freien Journalismus als demokratisches Prinzip wird geschwächt, wenn sich eines ihrer maßgeblichen Organe, die Zeitschrift, nicht mehr von beliebig bedrucktem Papier unterscheiden lässt, weil schlicht die Wahrnehmung dafür fehlt. Solche Entwicklung wird begünstigt durch Abschaffung des Begriffs Zeitschrift als ursprünglichen Garant für journalistische Qualität oder mittels modifizierter Pressesystematiken sowie eines eigentümlichen Verständnisses von ausgewogener Berichterstattung und nicht zuletzt durch die Wahrscheinlichkeit, dass das Wort Journalismus an den Instituten für Kommunikationswissenschaft nur noch als Unterbegriff von öffentlicher Kommunikation behandelt wird. Mit solchen Perspektiven ist nicht nur der Begriff Zeitschrift verloren, dem Bürger kommt eine entscheidungsrelevante Quelle abhanden.

Bibliographie:

- Arnold, K. (2008). Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. In: *Publizistik*, 53 (4), S. 488-508.
- Berghahn, K. L. (1985). Von der klassizistischen zur klassischen Literaturkritik 1730-1806. In: Hohen-dahl, P. U. (Hg.), *Geschichte der deutschen Literaturkritik (1730-1980)*. Stuttgart, S. 10-75.
- Bohrmann, H. (2002). Über Zeitschriftenforschung als Teil der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Vogel, A. & Holtz-Bacha, C. (Hg.), *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Sonderheft 3/2002 der Zeitschrift *Publizistik*. Wiesbaden, S. 28-41.
- Bohrmann, H. & Schneider, P. (1975). *Zeitschriftenforschung*. Ein wissenschaftsgeschichtlicher Versuch. Berlin.
- Bücher, K. (1926). *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde*. Tübingen.
- Danner, H. (1998). *Methoden geisteswissenschaftlicher Pädagogik*. München.
- Diez, H. (1910). *Das Zeitungswesen*. Schriftenreihe: Aus Natur und Geisteswissenschaft. Bd. 328. Leipzig.

- Döbereiner, W. (1977). *Die Bistumsblätter: universelle Medien der Ortskirche?* Diss. München.
- Ebner, A. (1916). O. T. In: *Der Zeitungs-Verlag*, o.J. (31), o. S. Zitiert nach: Groth, O. (1928). *Die Zeitung*. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik). Bd. 1. Mannheim, Berlin, Leipzig.
- Grave, W. & Hoeren, J. (1974). Dokumentationen, Untersuchungen und Gutachten zur Einstellung von „Publik“. In: Schmolke, M. (Hg.), *Publik – Episode oder Lehrstück*. Auskünfte über eine katholische Wochenzeitung. München, Paderborn, Wien, S. 31-52.
- Groth, O. (1928). *Die Zeitung*. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik). Bd. 1. Mannheim, Berlin, Leipzig.
- Haacke, W. (1968). *Die politische Zeitschrift I. 1665-1965*. Stuttgart.
- Haller, M. (2010). Ethik und Qualität. In: Schicha, C. & Brosda C. (Hg.), *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden, S. 348-361.
- IVW. (2013). *Heftauflagen*. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. Abgerufen von <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=21&u=&p=>, Zugriff am 2.7.2013.
- Kienningers, W. (1932). Die Einteilung der periodischen Preßschriften. Diss. Erlangen. In: Vogel, A. & Holtz-Bacha, C. (Hg.), *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Sonderheft 3/2002 der Zeitschrift *Publizistik*. Wiesbaden, S. 243-260.
- Kirchner, J. (1960). Gedanken zur Definition der Zeitschrift. In: *Publizistik*, 5, S. 14-20.
- Kirchner, J. (1928). *Die Grundlagen des deutschen Zeitschriftenwesens*. Teil 1. Leipzig.
- Keller, A. (2005). *Elektronische Zeitschriften*. Grundlagen und Perspektiven. Wiesbaden.
- Löbl, E. (1903). *Kultur und Presse*. Leipzig.
- Meißner, J. F. (1910). *Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Fachpresse*. Beiträge zur Geschichte des Buch- und Zeitungswesens. Bd. 3. Heidelberg.
- Müller, M. & Wolf, H. (2008). *Die Schwarze Kunst im Eichsfeld*. Aus der Geschichte der Druckereien in vier Jahrhunderten. Duderstadt.
- N.N. (1934). O.T. In: *Der Zeitschriften-Verleger*, 36 (1), S. 2-5. Zitiert nach: Straßner, E. (1997). *Zeitschrift*. Grundlagen der Massenkommunikation. Bd. 3. Tübingen.
- Oertel, F. (2012). *Der Kirchenzeitungsmann*. Erinnerungen aus fünfzig Journalistenjahren. Bd. 5. Berlin, Münster, Wien, Zürich, London.
- Prakke, H., Lerg, W. B. & Schmolke, M. (1970). *Handbuch der Weltpresse*. Die Pressesysteme der Welt. Bd. 1. Köln, Opladen.
- Prutz, R. E. (1845). *Geschichte des deutschen Journalismus*. Teil 1. Hannover. Faksimiledruck nach der 1. Auflage von 1845. Göttingen.
- Röttger, U. (2002). Kundenzeitschriften: Camouflage, Kuckucksei oder kompetente Information? In: Vogel, A. & Holtz-Bacha, C. (Hg.), *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Sonderheft 3/2002 der Zeitschrift *Publizistik*. Wiesbaden, S. 109-125.
- Scherer, H. (2010). Nur was wirkt, hat Wert. Public Value als Medienwirkungsbegriff. In: *Texte*. Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs. 5, S. 15-19. Abgerufen von <http://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/2013/09r0060.pdf>, Zugriff am 1.7.2013.
- Schmolke, M. (2002). Kirchenpresse. In: Vogel, A. & Holtz-Bacha, C. (Hg.), *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Sonderheft 3/2002 der Zeitschrift *Publizistik*. Wiesbaden, S. 126-146.
- Schmolke, M. (1974). „Publiks“ Ende: Schwächen unserer pluralistischen Kommunikationsverfassung. In: Schmolke, M. (Hg.), *Publik – Episode oder Lehrstück*. Auskünfte über eine katholische Wochenzeitung. München, Paderborn, Wien, S. 12-20.
- Stöber, R. (2005). *Deutsche Pressegeschichte*. Konstanz.
- Vogel, A. (2002). Pressegeattungen im Zeitschriftengewand. In: Vogel, A. & Holtz-Bacha, C. (Hg.), *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Sonderheft 3/2002 der Zeitschrift *Publizistik*. Wiesbaden, S. 11-27.

Katja LÜTHY (1970)

Dr. phil. M.A., lebt als freie Journalistin und Lektorin in der Schweiz. Nach dem Volontariat bei der *Computerwoche* in München studierte sie 2003/2004 Kulturjournalismus an der Universität der Künste Berlin. Danach arbeitete sie dort als wissenschaftliche Mitarbeiterin bei Prof. Dr. Anton Austermann (Fakultät Erziehungs- und Gesellschaftswissenschaften) 2005 und 2006. Im UVK Verlag, Konstanz, erschien 2013 ihre Dissertation *Die Zeitschrift. Zur Phänomenologie und Geschichte eines Mediums*.

Die (Geschichts-)Theorien der Mediengeschichtsforschung – Ansätze für Typologien

Benjamin Krämer & Philipp Müller

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Ludwig-Maximilians-Universität München

Abstract

Die Geschichtswissenschaft hat in den letzten Jahrzehnten verschiedene Wellen der Selbstreflexion erlebt. Auch in der Mediengeschichtsschreibung finden sich entsprechende Ansätze. Eine wesentliche Erkenntnis dieser metahistorischen Reflexion besteht darin, dass keine noch so betont narrativ und alltagsbegrifflich arbeitende Geschichtsschreibung ohne eine Festlegung auf geschichtsphilosophische Grundannahmen und wenigstens implizite theoretische Implikationen auskommt. Mit dem vorliegenden Beitrag wird der Versuch unternommen, eine Typologie der Theorieverwendung in der Mediengeschichtsschreibung zu erstellen. Dabei werden pragmatische, semantische und poetische Aspekte der Theorieverwendung angesprochen. Mit dem hieraus entstehenden Raster an möglichen Typen soll transparent gemacht werden, welche verschiedenen Möglichkeiten zum Theorieeinsatz Mediengeschichtsschreibung hat, um somit letztlich einen reflexiven Blick auf die tatsächlich auffindbaren Varianten und deren potentielle Alternativen zu ermöglichen.

Die Mediengeschichte als spezialisierte Historiographie braucht, so könnte man meinen, weniger Grundlagenreflexion als die Geschichtswissenschaft überhaupt, weil ihr Gegenstand „kleiner“, eher „angewandt“ sei. Das wäre aber ein Missverständnis, ist doch die „große“ Geschichtsschreibung ebenso selektiv – der Eindruck ihrer übergeordneten Bedeutung beruht alleine auf der historisch kontingenten Gleichsetzung politischer Geschichte mit Geschichte überhaupt, oder den nachfolgenden Versuchen, der Sozial- oder Kulturgeschichte von Epochen und „großen“ soziokulturellen Entitäten zu besonderer Dignität zu verhelfen. Das Ganze der Geschichte bleibt damit aber unerreichbar, schon weil sie nicht abgeschlossen ist und Früheres sich im Lichte des noch Kommenden erhellt und umgekehrt. Passenderweise gab es denn auch in der Mediengeschichtsforschung reflektierende und geschichtstheoretisch Position beziehende Beiträge (z.B. in Bobrowsky & Langenbucher, 1987). Unserer Kenntnis nach fehlt es aber an einer breiten und systematischen Rezeption der Literatur, welche die verschiedenen Wellen an geschichtstheoretischer Reflexion hervorgebracht haben, angefangen von der früheren, meist abgrenzenden Auseinandersetzung mit der Geschichtsphilosophie (prominent z.B. Ranke, 1942 [1830]; Popper, 1960), über die Diskussion

um verschiedene Varianten der Sozialgeschichte, die Überlegungen des Arbeitskreises „Theorie der Geschichte“ bis zur Rezeption z.B. des Werks Hayden Whites.

Wir haben andernorts mit Bezug auf die Mediengeschichte dargelegt (Krämer & Müller, in Vorb.) und befinden uns im Einklang mit Geschichtstheoretikern verschiedener Ausrichtung (vgl. z.B. Patzig, 1979; White, 1994), dass keine noch so betont narrativ und alltagsbegrifflich arbeitende Geschichtsschreibung ohne eine Festlegung auf geschichtsphilosophische Grundannahmen, Maßstäbe der Materialselektion, verallgemeinernde Begriffe mit ihren „theoretischen“ Implikationen und generalisierende Thesen zur Ordnung und Erklärung der beschriebenen Sachverhalte auskommt. Auch Erkenntnisse aus der Kognitionspsychologie sprechen dafür, dass Wissenschaftler genauso wie Laien an ihre Gegenstände mit bereits existierenden explizit gemachten oder impliziten Vorannahmen herantreten (vgl. Furnham, 1988, S. 207-208; Kruglanski, 1989, S. 223-246). Man kann diese Festlegungen natürlich unreflektiert lassen. Das ist dann aber der Transparenz, Reflexion und der Anschlussfähigkeit in offenen theoretisierten Disziplinen nicht unbedingt förderlich. Wenn nun aber nicht jede

historische Darstellung, z.B. in der Mediengeschichte, ihre theoretischen Annahmen offenlegt oder dies auch in der gebotenen Kürze nicht immer leisten kann, so können doch andere mit dem Anspruch auftreten, dies nachzuholen, also implizite Festlegungen aus den Veröffentlichungen erschließen. Wir wollen deshalb hier entsprechende Orientierungen typologisieren (man denke an eine entsprechende Tradition bis zurück zu Nietzsche, 1964 [1874] und Kant, 2005 [1798]). Der Zweck dieser Übung ist, abstrakt gesprochen, Kontingenzerzeugung: Es gibt mehr als eine Art der Geschichtsschreibung. Das sollte natürlich niemanden mehr wundern, aber vielleicht sind nicht jedem in jeder möglichen Dimension der Theoretisierung die diversen funktionalen Alternativen bewusst. So werden unausgeschöpfte Möglichkeiten und Kombinationsmöglichkeiten sichtbar. Natürlich kann eine Typologie auch empirisch gewendet werden, indem man untersucht, welche Ausprägungen auf welchen Dimensionen theoretischer Orientierung wann warum gemeinsam auftreten. Dies bleibt aber der weiteren Forschung vorbehalten.

Unsere typologische Dimensionierung ist zunächst einer Perspektive von Schreibtischhistorikern verhaftet. Wegen der Komplexität methodischer Fragen bleiben diese aus Platzgründen ausgeklammert, ohne in Abrede stellen zu wollen, dass Theorie- und Quellenarbeit aufs Engste verbunden sind. Uns kommt es aber zunächst darauf an, welchen Wert historische Arbeiten der Geschichtsschreibung und ihrer Theorie zuweisen (*Pragmatik*), welche allgemeine Form und innerwissenschaftliche Funktion historische Erkenntnisse annehmen können (*Systematik*, oder bezogen auf die Bedeutung historischer Beschreibungen auch: *Semantik*) und wie die formalen Mittel der Geschichtsschreibung eingesetzt werden (*Poetik* oder *Topik*; die Einteilung folgt unvollständig Rüsen, 1983; 1986; 1989).

Sofern wir Beispiele aus der mediengeschichtlichen Literatur heranziehen, kommt es uns nicht auf die Einordnung genau dieser Texte an, son-

dern auf Beispiele, die wir naheliegend fanden, die sich aber bei noch gründlicherer Analyse womöglich doch anders interpretieren lassen. Es geht uns also auch nicht darum, die Beispiele als besonders relevant hervorzuheben. Prinzipien der Typologisierung aufzuzeigen ist das Ziel, nicht Kanonisierung oder genaue Klassifikation einzelner Texte. Wer sich oder andere vernachlässigt oder falsch verstanden fühlt, möge dies auf Zufälle und Platzprobleme zurückführen, die nachfolgenden Überlegungen trotzdem als Reflexionsangebot nehmen und eventuell seine Ergebnisse mitteilen.

Pragmatik

Wir können also zunächst fragen, wie und zu welchem Ende Mediengeschichte geschrieben wird, oder von welchem Standpunkt aus, mit welchen Motiven, und welche Bedeutung Theorie in dieser Praxis einnimmt. Man kann das Wie und den

Standort der Mediengeschichtsschreibung natürlich nach *fachlicher Zugehörigkeit und Paradigmen* einteilen (O'Malley, 2002, oder das Einleitungskapitel bei Bösch, 2011). Man findet dann historische, geisteswissenschaftliche, kulturwissenschaftliche, kommunikationswissenschaftliche (einschließlich Forschung, die sich von der eigentlichen Medien- oder Kommunikationsgeschichte unter dem

Es gibt mehr als eine Art der Geschichtsschreibung. Das sollte natürlich niemanden mehr wundern, aber vielleicht sind nicht jedem in jeder möglichen Dimension der Theoretisierung die diversen funktionalen Alternativen bewusst. So werden unausgeschöpfte Möglichkeiten und Kombinationsmöglichkeiten sichtbar.

Titel „Medienwandel“ relativ abgesondert hält), medienwissenschaftliche, einheits-sozialwissenschaftliche, einheitswissenschaftliche etc. Zuordnungen bzw. Vorstellungen vom geeigneten Zuschnitt der Disziplinen. Aber hierbei handelt es sich ja um historisch kontingente, gewachsene oder „geklumpte“, mehrdimensionale Einteilungen, die nicht unbedingt erkenntnisfördernd sein müssen und zur näheren Reflexion disaggregiert werden sollten.

Wir wollen zunächst eher analytisch vorgehen, erst reduktionistisch statt holistisch die Dimensionen auseinanderlegen, wodurch sie im Anschluss wieder zusammensetzbar werden. Der Preis ist eine gewisse Künstlichkeit, der Nutzen die Steigerung von Rekombinationsfähigkeit. Außerdem fangen wir mit einer Typologie ent-

lang einer Dimension an, die nicht gerade für Zerstückelung, sondern für das „große Ganze“ steht: der *Bedeutung der Geschichte „für das Leben“* (Nietzsche, 1964 [1874]). Die gemäß der entsprechenden Einteilung „monumentalische“ Geschichte liefern in Andeutungen solche Passagen in medienhistorischen Nationalgeschichten, die große Individuen und Institutionen feiern und als Vorbilder (des Journalismus oder Medien-Unternehmertums) preisen (z.B. bei Emery & Emery, 1978, oder Jeanneney, 2000, mit Spuren offiziöser „histoire commémorative“ oder „histoire de célébration“, vgl. Bourdieu, 1995). Langenbucher (2008) plädiert für eine biografische und werkorientiert-literarische Mediengeschichte, welche man monumentalisch oder auch antiquarisch verstehen kann, wenn man Letzteres so auffasst, dass auch das weniger Heldenhafte ob seiner wertvollen Individualität bewahrt werden müsse.

Nietzsche ging es letztlich um eine Lebensbejahung im Wechselspiel der Geschichtsverständnisse, welche sich nicht einengen lässt durch historische Überlieferung, die Kleinarbeit ihrer Aneignung oder durch die Ratlosigkeit, ob sich von der Geschichte in einem post-heroischen Zeitalter noch etwas erwarten lasse. Das kritische Element der Befreiung von der Geschichte liefern in der Mediengeschichte vielleicht v.a. die Medientheoretiker: „For it is absurd and ignoble to be shaped by such means“ (McLuhan, 1962, S.247), d.h. die unbewussten Effekte selbstgeschaffener technologischer Mittel sind ein Desaster, müssen sichtbar gemacht und zugunsten einer Fülle des Lebens bzw. der Sinnlichkeit überwunden werden.

Unterhalb dieser großen Unterscheidung kann man dann im Rahmen der eher antiquarischen bzw. akademischen Ausrichtung feinere Differenzierungen pragmatischer Orientierungen innerhalb einer wissenschaftlich stärker „disziplinierten“, orthodoxeren Geschichtsschreibung vornehmen. Ausgehend von einer rein traditionellen Sinnbildung, die fraglos gegebene, dauernde Weltordnungen in Erinnerung bringt, hat Rüsen (1989) aufeinander aufbauende Stufen der Kontingenzerzeugung und Neugestaltung historischen Sinns und geschichtlich reflektierter Identität unterschieden. In einer exemplarischen Sinnbildung schult Geschichte eine überzeitliche Urteilskraft, eine Klugheit, an lehrreichen Beispielen ohne gleich große Lebensentwürfe zu liefern. Wenn man demgegenüber in Bezug auf

die Kommunikationsgeschichte liest: „So wahr es ist, daß [sich] Geschichte nicht wiederholt, so wahr ist es auch, daß man aus ihr lernen kann“ (Bausch, 1987, S. 21), so trifft hier der Wunsch nach didaktischer bzw. lebenspraktischer Relevanz bereits auf die heutige historiografische Orthodoxie der einen singulären, nicht vorher-sagbaren Geschichte (statt der sich ähnlich wiederholenden bzw. wiederholbaren lehrreichen Geschichten), welche das Prinzip „*historia magistra vitae*“ fragwürdig werden lässt (Koselleck, 1979). Eine kritische Sinnbildung nach Rüsen strebt wiederum auch nicht die Befreiung von der Geschichte zugunsten der Lebensbejahung überhaupt an, sondern will nur bestehende historische Deutungen in Frage stellen und eigene, abweichende, aber ebenfalls historisch fundierte Identitäten zur Geltung bringen. Sie lebt aber vor allem von der Gegenüberstellung mit etablierten Verlaufsvorstellungen (so wie sich radikale, feministische und auch populistische Mediengeschichtsschreibung laut der Typologie von Curran, 2009, an den blinden Flecken der liberalen abarbeiten und bisher subalterne Identitäten ins Spiel bringen). Schließlich beschreibt Rüsen eine genetische Variante historischer Sinnbildung, welche das Bewusstsein historischen Wandels und der Perspektivendifferenz zur Individualisierung nutzt, also zum Wachsen durch Verständigung über differierende Standpunkte, und zum Gestaltungswillen aufruft, also Veränderung nicht als Bedrohung sieht.

Medienhistoriker haben in dieser Richtung argumentiert, man könne sich durch historische (vielleicht noch eher als durch synchrone kommunikationswissenschaftliche) Forschung der menschlichen und gesellschaftlichen Variationsfähigkeit, der Möglichkeiten zur Überwindung der Grenzen der eigenen Welt versichern, offen werden für Veränderungen und sich mit der gegenwärtigen Situation nicht zufrieden geben (Koszyk, 1989; Pörtker, 2008). Diese Vorstellungen bewegen sich aber grundsätzlich schon in einem Bereich, in dem Geschichte „diszipliniert“ und domestiziert ist, also ihrer Sinnhaftigkeit (des Geschehens und der Forschung) einigermaßen gewiss ist: Mit der Distanz und Toleranz bürgerlich-liberalen Geschichtsbewusstseins lässt sich Ruhe bewahren (für die Mediengeschichte vgl. Jeanneney, 2000), erscheint Geschichte nicht als erhabenes, amoralisches Spektakel oder Konfrontation mit existenzbedrohendem Schrecken (White, 1982).

Damit sind wir bei der *Standortgebundenheit* von Geschichtsschreibung angelangt. Diese kann sich kognitiv als Reichweite des Blicks äußern und wertend als *moralische Stellungnahme* (wozu es eine weit zurückreichende Debatte gibt: ob man überhaupt werten soll – dagegen klassisch Ranke, 1824, dafür z.B. Droysen, 1977 (1858), – wer das „Subjekt“ des Urteils ist – „Weltgeschichte als Weltgericht“ oder individuelle moralische Verantwortung, (vgl. Berlin, 1969) – und inwieweit man zugesteht, dass man zu ganz verschiedenen Geschichten kommt, je nachdem, welche Moral man zugrunde legt als Leitfaden bei der Beschreibung der ungeordneten Geschichte (vgl. bereits Kant, 1784). Zu den kognitiven Werkzeugen kommen wir noch; hinsichtlich des „Blick“ sei hier nur der *zeitlich-historische Standpunkt* erwähnt. Hier ist die Unabgeschlossenheit

der Mediengeschichtsschreibung betont worden: Die Darstellung bricht vor der Gegenwart ab (Wilke, 2008, womöglich eher aus praktischen Gründen, aber offenbar ohne große Rechtfertigungsprobleme zu sehen) oder betont bei den neuesten Entwicklungen besonders die Vorläufigkeit der Beschreibung (Bösch, 2011). Radikaler die Medientheoretiker: Die Bewohner einer Epoche sind blind für die grundlegenden Folgen der herrschenden Medien, die aus ihnen resultierende Selektivität der Welterfassung (McLuhan, 1962).

Ideologie als eine Verbindung von Weltbild und Urteilsweise kann zugleich als Standpunkt wie auch als Ende, als „Moral“ auf welche hin Geschichte geschrieben wird, betrachtet werden: Sie bedingt ein selektionsleitendes Interesse und schafft eine Möglichkeit, zu einem Ende zu kommen innerhalb der prinzipiell unerschöpflichen Geschehnisse (White, 1984; typologisch auch White, 1994).

So mag man Mediengeschichte z.B. vom liberalen Standpunkt aus als kontinuierlichen Fortschritt zu freier und professioneller, objektiver statt parteilicher Presse beschreiben, eine *Whig history* bzw. eine *liberal narrative*, und die historische

Entwicklung als Reifung, Verspätung usw. in Bezug auf dieses Ziel darstellen (Broersma, 2011; Nord, 2003). Man kann das dann wieder als anachronistische Perspektive kritisieren oder von radikalem oder z.B. feministischem Standpunkt aus den Blick auf gerade jene Aspekte lenken, die dem bürgerlichen Ideal von Freiheit und Gleichheit nicht entsprechen (für eine Systematik solcher Perspektiven Curran, 2009). Zu unterscheiden

sind dabei explizite Positionierungen und nicht explizit angeeignete Traditionen, wie etwa trotz sozialgeschichtlicher Einflüsse liberale Schemata durchbrechen (Nord, 2003) oder die deutschsprachige Zeitungswissenschaft einen wenig reflektierten kulturpessimistischen Einschlag hatte (Averbeck, 1999).

Auch jenseits der Ideologie lassen sich offene und weniger eingestandene Orientierungen unterscheiden,

so auch gerade bei der *Theorieverwendung* selbst. Man kann hier zunächst die Durchdringung medienhistorischer Darstellungen mit expliziten theoretischen Elementen betrachten, was aber keine eindimensionale Unterscheidung darstellt: So wäre die *gegenstandsbezogene Reichweite* der theoretischen Elemente selbst zu betrachten, von einzelnen Konzepten zu ganzen Theorien (Burke, 1992, S. 1), damit zusammenhängend, aber nicht darauf zu reduzieren die *Systematisierung* verschiedener Elemente untereinander, und dann wiederum, wie weit theoretische Elemente innerhalb der Darstellung reichen (*Dominanz der Theorie*), wie sehr diese also von jenen dominiert ist (Mommsen, 1979) bzw. wie stark im Gegenteil der *Grad narrativer Durchformung* ausfällt. So nehmen einzelne Darstellungen gewisse Anleihen bei Konzepten und verweisen auf verschiedene Theorien, z.B. aus der Kommunikationswissenschaft, ohne aber die gesamte Darstellung diesen ganz zu unterstellen und in einen einheitlichen Rahmen zu fassen (Wilke, 2008). Bei anderen liegt ein solcher vor, es bleiben aber stark narrative Passagen, die davon nicht durchdrungen sind (Starr, 2004). Schließlich existieren sehr einheitlich theoretisierte und stark durchdrungene Darstellungen (z.B. Habermas, 1962), z.T. verschiede-

Ideologie als eine Verbindung von Weltbild und Urteilsweise kann zugleich als Standpunkt wie auch als Ende, als „Moral“ auf welche hin Geschichte geschrieben wird, betrachtet werden: Sie bedingt ein selektionsleitendes Interesse und schafft eine Möglichkeit, zu einem Ende zu kommen innerhalb der prinzipiell unerschöpflichen Geschehnisse.

dene Theorien synthetisierend, manchmal sogar praktisch ohne ereignisgeschichtliche Anteile (Dröge & Kopper, 1991; vgl. für einen Überblick von kommunikationswissenschaftlichen bis zu weitreichenden sozialgeschichtlichen Theorien in der Mediengeschichte auch Schmolke, 2007).

Wenn methodisch betriebene und vor allem auch theoretisierte Geschichte „kritisierte Tradition“ ist und Kontingenzerfahrung steigert (Rüsen, 1979), so stellt sich die Frage, wie man sich zur wenig theoretisierten Narrativität stellt angesichts der Kritik, sie vermittele nur den kulturell und historisch bedingten Anschein des Realismus (White, 1982; 1994) und sei trotz der äußeren Form von unreflektierten theorieartigen Verallgemeinerungen durchzogen (Patzig, 1979). Angesichts dieser ja breit veröffentlichten und rezipierten Kritik kann man kaum noch von einer „naiven“ Position pro Narrativität sprechen, auch wenn einige Autoren (Mann, 1979; Lübke, 1979) die sehr doxische, traditionalistisch-narrativistische Position (White, 1984) vertreten haben, Geschichte sei per Definition nicht theoriefähig, sondern nur zu erzählen, und Geschichtsschreibung nahe einer Kunstform. In der Mediengeschichte ist vorsichtiger davon gesprochen worden, dass dieser Bereich noch nicht theoriefähig sei (und man nicht wissen könne, ob er es jemals werde), so dass man zunächst gründlich beschreiben müsse (vgl. Frei, 1989) – das ist doch noch der Position verhaftet, es könne eine neutrale Beschreibung vor jeder Theorie geben (und dabei nicht gleichzusetzen mit der sehr reflektierten Suche nach Beschreibungen, die für verschiedene Theorien offen bleiben, ihnen nicht vorgreifen, vgl. Runciman, 1983).

Davon zu unterscheiden wäre eine neue, „sentimentalische“ Narrativität, welche diese im Lichte der Kritik neu definiert und/oder begründet (teilweise aber auch eher nur eine Enttäuschung durch die Sozialgeschichte oder „große Theorie“ bzw. „Erzählungen“ ausdrückt und hieraus eine neue Attraktivität einer bescheidenen Narrativität ableitet, vgl. Lipp, 1995, für die Mediengeschichte Nerone, 2007). In der Richtung der analytischen Geschichtsphilosophie wurde hingegen die Verbindung verschiedener Beschreibungstypen betont (Aussagen über Einzelereignisse, Vor- und Rückgriffe, verallgemeinerte Erklärungen, unintendierte Handlungskonsequenzen) (Baumgartner, 1979; Carr, 2008; Danto, 1968). Zu den Neubegründungen gehören auch hermeneutische Ansätze, wonach Handeln bereits in seinem vor-, mit- oder nachlaufenden Sinn prä-narrativ struk-

turiert ist, sowie Erweiterungen des Erzählungsbegriffs, z.B. auf kollektive Akteure oder die *longue durée* (zu beiden Neubegründungen Ricœur, 1983). Auch diskursanalytische Ansätze verweisen auf eine mögliche Erweiterung des Begriffs der Erzählung (oder die Option, „Erzählung“ wegen drohender Überdehnung des Begriffs nicht mehr als die Form historischer Darstellung schlechthin anzusehen): Hier stehen nicht Handlungen im Vordergrund, bei gewissen Darstellungen nicht einmal Autoren oder Akteure, sondern Diskursstränge und Brüche, diskursive Ordnungen, die erst Entitäten und Identitäten wie etwa Sprecher hervorbringen (Foucault, 1969), oder ideengeschichtliche Kontinuitäten und Wandlungen (zur Medienpolitik z.B. Vowe, 1999). Der theoretische Durchdringungsgrad historischer Werke, welche medienbezogene Diskurse analysieren, reicht dabei von Sammlung und freier Wiedergabe des Materials (z.B. Klotz, 2010) bis zu Foucaultschen Anklängen (Matellart, 1994).

Anders als eine eher traditionalistische und eine gemäßigt sozialgeschichtliche (Koszyk, 1989) Position fanden die elaborierteren hermeneutischen oder analytischen Ansätze wenig Anschluss in der Mediengeschichte (vgl. zu diesen Kategorien White, 1984). Es bliebe auch noch Whites (1984) weitergehende Funktionszuweisung zu reflektieren, wonach Narrativität keine leere, neutrale diskursive Form, aber auch nicht die natürliche Gestalt ist, die sich aus der Sache ergibt, sondern eine Möglichkeit, mittels etablierter kultureller Formen allegorisch verallgemeinerte Bedeutung zuzuweisen: Jenseits gesetzmäßiger oder begrifflicher Verallgemeinerungen wird dann durch eine bestimmte Erzählform zum Ausdruck gebracht, dass ein beschriebenes Geschehen *wie* eine Tragödie oder Farce ist. Am bewusstesten haben diese Gestaltungsform vielleicht einige Medientheoretiker à la McLuhan (z.B. 1962) eingesetzt, bei dem durch Collagen aus Zitaten und Aphorismen Analogien zwischen ganzen Kulturen und individuellen psycho-physiologischen Phänomenen, zwischen Epochen und individueller Ontogenese entstehen und große Thesen durch literarische Einzelbeispiele belegt werden (eine Ansammlung von Kardinalfehlern aus Sicht einer konventionellen Sozialwissenschaft, aber eben ein Beispiel für eine zwar nicht sehr klassisch narrative, aber poetisch-allegorische „Theorie“bildung).

Auch berichtende Darstellungen, die trotz der Nähe zu wenig theoretisierten alltagsbegrifflichen

Erzählungen nur in beschränktem Maße narrativ durchgeformt sind, machen durch Vergleich deutlich, dass geschlossene Erzählungen nicht die selbstverständliche Form der Geschichte sind, ja dass der Eindruck von Fülle und Kontinuität, der Eindruck von Realismus immer auf der Auswahl von Ereignissen, ihren selektiven Verknüpfungen und plausibel erscheinenden Deutungsprinzipien beruht – die Funktion der narrativen Form ist dann, Ordnung zu schaffen, aus welchen Bedürfnissen und Interessen heraus auch immer. Annalistische oder chronistische Darstellungsformen liefern dagegen noch unverbundenere Ereignisse in zeitlicher Reihung ohne eindeutigen Anfangs- und Endpunkt, ohne eindeutiges wertmäßiges Auswahlprinzip und ohne Periodisierung (bzw. erzählerische Aktstruktur), im ersten Fall sogar ohne ein klares Zentrum des Geschehens (White, 1984; vgl. in der Mediengeschichte z.B. gewisse Passagen bei Emery & Emery, 1978, wo sich Titel von Periodika, Namen von Herausgebern, Orte und Jahreszahlen aneinander reihen). Diese (natürlich auch immer bereits formierten) Daten sind dann entweder Grundlagen für zu schaffende Erzählungen, womöglich auch Listen zu kanonisierender Personen, Institutionen und Werke, erinnern in ihrer relativen Rohheit aber auch an eine immer erst noch zu ordnende Geschichte und die verschiedenen, interessensgemäß zu schaffenden Geschichten.

Wie verschiedene Typen von Theorien sich auf ihren Gegenstand beziehen wird an späterer Stelle noch erläutert. Zunächst soll jedoch weiterhin unter pragmatischem Gesichtspunkt betrachtet werden, welche *Funktion* Theorien für die Praxis der Geschichtsschreibung haben, wie man mit ihnen weiterkommt (für verschiedene Typen vgl. z.B. Acham, 1979; Mommsen, 1979). Zunächst gilt es einen Gegenstand zu konstituieren: sich auf einen Interpretationsrahmen festzulegen (Rüsen, 1979), den Gegenstand ontologisch zu erfassen (Acham, 1979) oder zumindest Konzepte anzugeben, mittels derer instrumentalistisch gegenwärtige Erfahrungen organisiert werden können, ohne sich im strengen Sinne ontologisch auf nichtbeobachtbare Entitäten festzulegen (Danto, 1968). Es wäre also z.B. anzugeben, was die Einheit von Medien-

geschichte (oder eines kleineren Ausschnitts) ist, ob sie durch Technik, Institutionen, menschliche Kommunikationsbedürfnisse und -fähigkeiten, Kontinuitäten zwischen verschiedenen historisch auftretenden Medien usw. konstituiert wird; wie man heute noch vorfindliche Sachverhalte so deutet oder erklärt, dass hieraus ein konsistentes Gesamtbild von etwas entsteht, das man als Mediengeschichte bezeichnen würde; oder was die überzeitliche oder epochenspezifische Bedeutung von Konzepten wie Medien oder Journalismus ist. So kann man Material auswählen, bündigen und organisieren, indem man es einer Theorie unterstellt (z.B. einer Evolutionstheorie wie bei Stöber, 2003a; vgl. auch Stöber, 2008) und damit auch ein Bild von Geschichte überhaupt bzw. der

So kann man Material auswählen, bündigen und organisieren, indem man es einer Theorie unterstellt [...] und damit auch ein Bild von Geschichte überhaupt bzw. der Bedeutung historischer Beschreibungen festlegen.

Bedeutung historischer Beschreibungen festlegen, eine Vorstellung vom Gang der Geschichte und dem Interesse daran, der Moral daraus (zu solchen metahistorischen Theorien s.u.).

Innerhalb der historischen Darstellung können nun Theorien oder theoretische Elemente herange-

zogen werden, um die Darstellung nachvollziehbar zu machen (da ja historische Forschung im engeren Sinne gerade da ansetzt, wo Geschichten gerade nicht nachvollziehbar sind oder in kritischer Absicht die Selbstverständlichkeit der Tradition durchbrochen wird; vgl. Ricoeur, 1983; Rüsen, 1983). Hier setzt dann die Diskussion um Erklärungen von Ereignissen und Sachverhalten mittels allgemeiner „Gesetze“ an, die hier nicht aufgearbeitet werden kann (klassisch Hempel, 1942; Popper, 1960, dagegen z.B. Berlin, 1969), die aber zumindest die Frage stellen lässt, wie viel an allgemeinen Erklärungen in ganz „individuellen“ Geschichten steckt. Hinsichtlich der Funktion von Theorien ist aber zu unterscheiden, ob sie deduktiv das einzelne historische Ereignis bzw. einen Zusammenhang zwischen mehreren erklären sollen, oder ob man umgekehrt auf sie als Ziel oder Nebenprodukt hinarbeitet. Neben mehr oder weniger ad hoc herangezogenen Erklärungen nach in der Regel nicht genau explizierten Prinzipien (den Hempelschen „Erklärungsskizzen“) finden sich auch induktive Generalisierungen wie: „Jedes neue Medium verbesserte zwar die Reproduzierbarkeit, die Haltbarkeit jedoch verringerte sich“ (Stöber, 2003a, S. 26). Zwar sind

gerade diejenigen, die sich als Historiker im engeren Sinne verstehen, mit Blick auf Verallgemeinerungen vorsichtig (welche Regelmäßigkeiten man später auch postuliert – in Einleitungen wird gerne ein historistisches Credo abgegeben). Jedoch finden sich rund um Medieninnovationen und in der Literatur unter dem Titel „Medienwandel“ recht viele verallgemeinernde Aussagen (z.B. Neuman, 2010; Schmidt, 2001; Schmolke, 2007). Hierin weicht man dann von der Auffassung ab, dass trotz allgemeiner Erklärungen das spezifisch Historische in der Behandlung zeitlich lokalisierbarer einzelner Sachverhalte besteht (Baumgartner, 1979), und man läuft auch Gefahr (ohne dass das ein absoluter Hinderungsgrund wäre), die Art und Reichweite einer Verallgemeinerung nicht genau zu bestimmen. Dies betrifft die Unterscheidung typischer Zusammenhänge von Allaussagen und verschiedener Arten der Kategorisierung von Sachverhalten (z.B. nach scharf abgegrenzten Gruppen oder nach Familienähnlichkeit) (Burke, 1992, S. 28ff.) sowie die Geltungsdauer von Zusammenhängen (Braudel, 1969, S. 71f.).

Neben diesen inner- oder gleichsam überhistorischen Theorien (innerhalb einer Geschichte herangezogene oder darüber hinaus gebildete Verallgemeinerungen) existieren auch genuin historische Theorien, „Konstruktionen von Zeitverläufen, die als Leitfäden von Geschichten dienen“ (Rüsen, 1986, S. 65). Sie sind nicht überzeitlich, sondern beschreiben einen recht allgemeinen Prozess und bewähren sich narrativ bzw. gegenüber den gerade nicht nur aufs Allgemeine reduzierten Einzelfakten, die sie umgekehrt begrifflich erhehlen, sowie in ihrer Ordnungsfunktion (Mommssen, 1979; Rüsen, 1986). Man mag hier an das klassische Beispiel einer historischen Theorie des Zerfalls der bürgerlichen Öffentlichkeit (Habermas, 1962) denken oder an den „Metaprozess“ Mediatisierung (Krotz, 2007), soweit dieser Theorierahmen historisch gedacht ist.

Theorien können auch die vielleicht legitimatorische oder auch didaktische, vermittelnde Funktion haben, eine spezialisierte historische Forschung an eine Disziplin anzubinden, die sich eher als theoretisch(-sozialwissenschaftlich) versteht, wie etwa die Medien- oder Kommunikationsgeschichte an die Medien- und/oder Kommunikationswissenschaft, indem man sich auf deren Theoriebestand bezieht (Koszyk, 1989; Wilke, 2008), bzw. auf deren Standards von Wissenschaftlichkeit.

Theorien bringen also durch einen Gegenstand und seine Relevanz Geschichten in Gang, lassen sie vorankommen und machen sie nachvollziehbar (tragen also zur Lösung des womöglich selbstgemachten Problems bei, wie etwas so kommen konnte oder was es bedeutet), formen die Gesamtbeschreibung eines historischen Prozesses, und können am Ende wieder aus der historischen Forschung als Produkt herauskommen. Daneben haben Theorien noch Funktionen neben der unmittelbaren Darstellung historischer Sachverhalte, nämlich gerade die der Reflexion der oben genannten pragmatischen Bedeutungen der Geschichtsschreibung.

Semantik

Nachdem wir bisher die Funktion von Theorien oder theorieäquivalenten Orientierungen betrachtet haben, wenden wir uns nun den Bedeutungen – im Sinne von Aussagen über den Gegenstand – zu: Welche Grundtypen historischer Aussagen können getroffen werden? Wir schreiten dabei von einzelnen Sätzen hin zum Gang der Geschichte überhaupt voran, wobei wir die substanziellen Theorien (wie Evolutions-, Kultur-, Innovations- und Lebenszyklustheorien, Differenzierungs- und Institutionentheorie usw.) ausklammern, in welchen wieder die verschiedenen hier differenzierten Ebenen konfundiert sind.

Sätze können unter Verwendung historischer oder heutiger *Begriffe* gebildet werden (Burke, 1992, S. 44f.), bzw. quellenah vs. quellenfern. Man vergleiche z.B. den Begriff der Zeitung, der allen diesen Kategorien entsprechen kann und dann zu spezifizieren wäre. Begriffe sind Erkenntnismittel zur Subsumtion früherer Sachverhalte bzw. gegenwärtig noch beobachtbarer, aber auch Darstellungsmittel, welche Perspektivität verdeutlichen (z.B. Überlegenheitsvorstellungen relativieren, gegenwärtige Erkenntnis- oder politische Interessen widerspiegeln) oder die Erkennbarkeit von Geschichte reflektieren (in Abstufungen von Relativität bis Fiktionalität). Diese Funktionen erbringen z.B. bewusste Anachronismen (z.B. das „Victorian Internet“, Standage, 1998; der Buchdruck als „High-Tech des 15. Jahrhunderts“, Giesecke, 1998, S. 67f.; oder die Aussage, dass laut Darnton, 2000, jede Gesellschaft auf ihre Art eine Informationsgesellschaft sei).

Perspektivität verweist wiederum auch auf die grundlegende *Zeitbezogenheit von Sätzen*. Neben den bereits genannten überzeitlichen Verallgemei-

nerungen in Form regelhafter Aussagen bestehen historische Darstellungen vor allem aus Sätzen, welche uneliminierbare Einzelsachverhalte beschreiben. Diese können nun so beschrieben werden, wie sie zum Zeitpunkt ihres Vorliegens hätten beschrieben werden können (also annalistisch bzw. chronistisch im engeren Sinne, wie durch aktuell Buch führende Geschichtsschreibung). Wesentlicher für das heutige Verständnis sind aber Sätze, die Danto (1968) die eigentlich historischen nennt und die einen Teil des Erkenntnisüberschusses darstellen, welche historische Forschung erzielen kann. Dieser Wissensvorsprung kann sich technisch ergeben (z.B. durch die Infrastruktur, Informationen zu vergangenen Medienstrukturen zusammenzutragen, und Verfahren zur Datenauswertung) oder durch spätere Begriffsbildung, die neue Einsichten eröffnen (vgl. Mink, 1968). So hat man z.B. den später gebildeten Begriff des Journalismus weit vor seine Entstehung als Begriff zurückprojiziert (z.B. schon d’Ester, 1928, S. 14), was man entweder als Anachronismus oder als fruchtbare Suche nach funktionalen Äquivalenten ansehen kann. Wesentlich für historische Sätze ist aber vor allem die erst nachträglich mögliche Verknüpfung vergangener Sachverhalte. Das folgende Beispiel reflektiert dies innerhalb eines solchen Satzes selbst: „What [James Franklin] did, although he did not know it at the time, was to launch the first newspaper crusade in America“ (Emery & Emery, 1978, S. 33). Hier ist ein zum fraglichen Zeitpunkt noch nicht gebildeter Begriff enthalten, und zu jener Zeit fehlte außerdem das Wissen, dass sich Vergleichbares wiederholen, das Ereignis gar womöglich zum Vorbild werden würde.

Von den Sätzen gelangen wir zu umfassenderen *historischen Strukturen* – genuin historisch sind sie insbesondere dann, wenn sie Verlaufstypen darstellen. Den *Gang der Geschichte* hat man sich insbesondere auch in Bezug auf die Medien revolutionär (Wiedenmann & Kirchmann, 2008) oder evolutionär (Bickenbach, 2004; Thorburn & Jenkins, 2004; Stöber, 2004) vorgestellt. Einerseits also in Medienumbrüchen, aus welchen

gar die Konsequenz gezogen wurde, dass die vorherrschenden Medien einer Epoche je nach einer neuen medienadäquaten Form der Geschichtsschreibung verlangten (Käuser, 2006). Mit Medienumbrüchen wie der Erfindung des Buchdrucks ist ein regelrechter metahistorischer Bruch verbunden worden: Die Geschichte beginnt neu bzw. erst richtig (eben die *Neuzeit*), oder das Ende der Geschichte ist erreicht (vgl. Grapp & Wiebel, 2008). Demgegenüber wurden in der Theorie der Medienumbrüche auch eine „Hybris des revolutionären Überschwangs“ und „Selbst-

ermächtigungsphantasien in der Medientheorie“ gesehen (Leschke, 2008), die sich mit martialischen Metaphern ungedeckte Deutungsmacht über Geschichte verschaffen wolle.

Zwischen verschiedenen evolutionären Theorien gilt es hinsichtlich der Frage zu unterscheiden, was genau unter Evolution jeweils verstanden wird: entweder die Ungerichtetheit der Geschichte

Wenn man sich die Gerichtetheit der Geschichte nicht offenhält oder nicht zwischen verschiedenen Perspektiven springt, sie fragmentarisch zusammensetzt oder irgendwie vermittelt (sofern etwas davon überhaupt möglich ist), dann ist die Position der Ungerichtetheit [...] auch eben eine deutliche Stellungnahme für eine Seite.

oder ein Steigerungsverhältnis, eine Entfaltung und ein Aufschaukeln der Leistungsfähigkeit von Medien (vgl. Merten, 1994). Wenn man sich die Gerichtetheit der Geschichte nicht offenhält oder nicht zwischen verschiedenen Perspektiven springt, sie fragmentarisch zusammensetzt oder irgendwie vermittelt (sofern etwas davon überhaupt möglich ist), dann ist die Position der Ungerichtetheit übrigens nicht einfach die „wenig anspruchsvolle“ Formulierung gegenüber einem Bezug auf Fortschritt, Aufklärung, Modernisierung (wie z.B. Schmidt, 2003, unterstellt). Sondern auch dies ist eben eine deutliche Stellungnahme für eine Seite – man entkommt dann der geschichtsphilosophischen Positionierung nicht, bzw. entkommt nicht der Frage, was einen an Geschichte interessiert, wenn nicht ihre Richtung oder die Art ihres Voranschreitens, und sei es nur in einem speziellen Bereich wie dem der Medien. Einige wollen sich auch nicht eindeutig auf eine Seite festlegen und sehen die Unterscheidung von Revolution und Evolution als eine Frage der Perspektive oder des Zeithorizonts (z.B. Rusch, 2008; Dröge & Kopper, 1991; Wersig, 2001; Ziemann, 2011).

Neben dieser reinen Verlaufsform, aber davon natürlich nicht gänzlich unabhängig, kann auch unterschieden werden, welche grundlegenden *Entitäten und Mechanismen* die Geschichte bewegen bzw. sich in ihr abwechseln. Man kann z.B. Medienwandel eingebettet sehen in den Kontext einer Epoche oder eines historischen Prozesses, als einen Teil davon bzw. ihren Ausdruck, oder Medien gerade als Antriebsfaktor historischer Entwicklungen (vgl. Krotz, 2001). Eine Epoche kann nun eher zerstreut, als ein Kaleidoskop von zu typisierenden Sachverhalten oder als lose Formation derselben in ihrem jeweiligen Kontext beschrieben werden (die historiografische Orthodoxie neigt zu dieser Art des Formativismus oder Kontextualismus) (White, 1994). Sie kann den Gang der Geschichte mechanistisch durch bestimmte Faktoren, etwa ökonomische oder politische, erklären oder Epochen und andere Abgrenzungen (wie Nationen oder Kulturen) als eng zusammenhängende Ganzheiten mit eigenem Charakter begreifen, die inkommensurabel aufeinander folgen bzw. nebeneinander stehen (Organizismus) (ebd.).

In der Mediengeschichte ist z. B. eine technikdeterministische Richtung ausgemacht worden (gegenüber einer „anthropologischen“, Winkler, 1999, bzw. institutionen- und inhaltszentrierten, Nerone, 2007). Diese Orientierung ist aber doppeldeutig, oft schon innerhalb derselben Texte und bereits bei ihrem wesentlichen Mitbegründer McLuhan, da sie mechanistische, i.e.S. „deterministische“ Auffassungen (Technik erklärt mittels psycho-physiologischer Grundgesetze die mediale Wahrnehmungsweise und damit die Mentalität einer Epoche) mit organizistischen Auffassungen verbindet (in einem ausufernden Spiel von Metaphern und Entsprechungen wird das Bild inkommensurabler Epochen als geschlossener Ganzheit gezeichnet, deren Teile aufs Dichteste, ja für ihre Bewohner regelrecht undurchdringlich verwoben sind). Diese Betrachtungsweise ist dann wiederum aus Sicht einer stärker zerstreuten, mehr auf Interdependenzen, auf mehrfaktorielle Erklärungen bzw. einbettende Deutungen bedachten Geschichtsauffassung als dekontextualisierend und einseitig kritisiert worden (z.B. Bicken-

bach, 2004; Blondheim, 2009; Hickethier, 2003; Winkler, 1999).

Neben diesen letztlich substanziell-geschichtsphilosophischen Festlegungen (gewollt oder ungewollt) auf die Form der Geschichte kann natürlich auch ihre *Tendenz* im Lichte moralischer „Enden“ betrachtet werden (und sei es vom Standpunkt eines „interesselosen Interesses“, das sich von der Geschichte nichts erwartet außer der Bestätigung des eigenen distanzierten Standpunktes). Neben der Unterscheidung nach Kant (2005 [1798]), der eine ständige Verschlechterung („ter-

Natürlich haben wir es nicht mehr mit den Formen der Geschichtsschreibung des 19. Jahrhundert zu tun [...]. Trotzdem finden sich noch in neuerer Zeit teilweise sehr starke, „dramatische“ Vorstellungen vom Gang der Geschichte.

roristische Vorstellung“), ständige Verbesserung („eudämonistische“) und ein Schwanken ohne Fortschritt („Abderitism“) unterschied, hat vor allem White (1994) wie angedeutet Entwicklungstendenzen mit dramatischen bzw. narrativen Formen in Verbindung gebracht; er unterscheidet die Geschichten der dauerhaften

Versöhnung und vom Triumph des Guten (Romanze), der Vergeblichkeit des menschlichen Strebens gegenüber dem Unveränderlichen (Tragödie), der Möglichkeit zeitweiligen Gelingens über ein Scheitern hinweg (Komödie) und der menschlichen Unzulänglichkeit, bis in die Unfähigkeit, einen Sinn und eine Richtung im Geschehen zu erkennen (Satire).

Natürlich haben wir es nicht mehr mit den Formen der Geschichtsschreibung des 19. Jahrhundert zu tun, anhand derer White seine Typologie entwickelt hat. Trotzdem finden sich noch in neuerer Zeit teilweise sehr starke, „dramatische“ Vorstellungen vom Gang der Geschichte: „Journalism history is the story of humanity's long struggle to communicate freely with each other“, eine Erzählung mit „heroes and villains“ über die Beziehung des Journalismus zu „the political, economic, and social progress of the people“ (Emery & Emery, 1978, S. XV). Die jüngere deutschsprachige Mediengeschichte mit sozial- oder kulturgeschichtlichem Einschlag deutet ihre Vorstellung vom Gang der Geschichte dagegen oft nur implizit an. So mag man aus Wilkes (2008) Kapiteltiteln (wo von „Entfaltung“ und „Retardierung“ die Rede ist) und seiner Darstellung überhaupt eine romantische bis komische, formativistische bis organische Erzählung herauslesen, wie sich die

liberale Massenkommunikation durch manche Widerstände und Widersprüche hindurch letztlich glücklich formiert. Umgekehrt scheint sich durch Faulstichs (2006a; 2006b) Darstellung eine gewisse Melancholie über einen Niedergang zu ziehen, der sich jedoch nicht auf die bürgerliche Öffentlichkeit als Norm bezieht, sondern früher ansetzt, beim Verlust der sinnlich reichhaltigen, kosmologischen Rituale und Menschmedien, der karnevalischen Feste und oralen Tradition, sich aber fortsetzt bis in eine Kritik der Massengesellschaft mit ihren vereinzelnden, eskapistischen, kapitalistischen und affirmativen Medien.

Sofern man explizit Stellung bezieht, dominiert aber in der medienhistorischen „Orthodoxie“ innerhalb der etablierten Geschichtswissenschaft und der sozialwissenschaftlich angebundenen Historiografie die oben erwähnte und hier nun als „satirisch“ (oder „ironisch“) zu kennzeichnende Position der Ungerichtetheit – trotz impliziter Rückgriffe auf substanzielle Geschichtsphilosophien über Richtungen und Wertungen. Deutlicher unironisch (bereits post-ironisch?) beziehen dagegen die „Technikdeterministen“ Stellung. Dies reicht von einer sehr freundlichen Sichtweise auf die Medientechnik, wonach sie Frieden und Glück bringe gegenüber den Vernichtungstechnologien früherer Zeiten (Scannell, 2009), bis zu einem geradezu martialischen Bild etwa von der Digitalisierung (z.B. Maresch, 1995). Mit betont unsentimentaler Pose, in einer vielleicht Nietzscheanischen Übermoral der Bejahung von Macht identifizieren sich entsprechende Theoretiker aber gerade mit dem Aggressor (vgl. Winkler, 1999; kritisch auch Murdock & Pickering, 2009). Wir finden also bei den technischen Revolutionstheoretikern große Dramen, von McLuhans Beschreibung tragischer Blindheit und schmerzhafter Übergänge in neue Zeitalter, bis zu apokalyptischen oder adventistischen Diskursen (Bickenbach, 2004).

Poetik

Oben wurde bereits darauf verwiesen, dass die Erzählform und überhaupt die poetische Anlage einer Geschichtsdarstellung nicht nur beliebige rhetorische Mittel sind, die über einen sachlichen Gehalt drapiert werden, sondern erkenntnis- bzw. anschauungsleitende (somit „theoretische“), potenziell aber auch handlungsleitende, weil Reflexion und Ermächtigung bewirkende Funktionen haben (vgl. Rüsen, 1989). Es gibt somit einen

„content of the form“ (White, 1987). Trotzdem soll hier eine analytische Trennung vorgenommen werden und die *Darstellungsmittel* werden nachfolgend gesondert abgehandelt. Positionen, wie Mediengeschichte ihrer Form nach zu schreiben sei, lassen sich bis auf wenige Andeutungen vorwiegend nur aus der Praxis erschließen. Für die Ebene einer gesamten Erzählung wurden bereits die großen Tropen der Whiteschen Typologie erwähnt. Trotzdem müssen sich nicht alle Teile einer Darstellung in eine Narration einfügen, nicht erst durch diejenigen Wellen metahistorischer Reflexion, welche eine „Verwissenschaftlichung“ bewirken wollten, gehen untersuchende Elemente ein, welche sich nicht mit dem Fortgang des Geschehens befassen, sondern damit, wie dieser überhaupt zu erschließen sei oder welche Theorien haltbar seien. Außerdem können explizite Gegenwartsbezüge eingestreut sein oder der Aufbau weniger chronologisch als gemäß einer didaktischen Logik aufeinander aufbauend einen Gegenstand erschließen (vgl. Unterscheidung narrativer, untersuchender, didaktischer und diskussiver Darstellungsweise schon Droysen, 1977 [1858]). In der „historischen“ (oder kommunikationsgeschichtlichen) Mediengeschichte finden sich meist überwiegend erzählende Passagen, jedoch z. T. mit einigen gegenwartsbezogenen Urteilen aus einfachen Verallgemeinerungen heraus (z.B.: Angesichts gegenwärtiger Befürchtungen und Hoffnungen müsse man sich vor Augen führen, dass es bei allen neuen Medien ängstliche und kritische, kulturpessimistische Debatten gab) und einer kurzen Diskussion theoretischer Ansätze, ohne sie sich durchgehend zu eigen zu machen (typisch z.B. einige kritische Sätze zu Habermas, z.B. Bösch, 2011).

„Ver(sozial)wissenschaftliche“ Geschichtsschreibung spricht sich in der Regel – entgegen der Tradition von Historiografie als Kunst – gegen allzu literarische Sprache aus (z.B. Bloch, 1961, S. 79ff.; Bourdieu, 1995). So solle man nicht die methodische Prüfung von Aussagen und bewährte Befunde einer guten Formulierung opfern (so Stöber, 2008, gegen medientheoretisch bzw. literaturwissenschaftlich geprägte Medienhistoriker). Freilich gilt es, noch einmal mit Hayden White, immer vorsichtig zu bleiben, um nicht eine Darstellung, deren rhetorische Elemente nicht sofort ins Auge springen, mit Realismus gleichzusetzen und als einzige und natürliche Form der Fakten anzusehen, sondern auch ihre Form auf kontingente geschichtstheoretische und ideologische

Implikationen abzuklopfen; oder eher aus Sicht des sozialgeschichtlichen Diskurses: die impliziten theoretischen Implikationen zu reflektieren und die Begriffe im Zweifelsfall explizit zu konstruieren statt sie der alltags- und wissenschaftssprachlichen Konvention zu überlassen, die für einen historischen Moment und in einem Fach den Anschein von Natürlichkeit hat.

Forschende, die sich politisch, im Theoriegebrauch und in der Poetik gemäßigt geben, scheinen sich trotzdem mit einer gewissen Metaphorik anfreunden zu können, nämlich einer organischen (wir nennen sie nicht „biologisch“, weil damit die Radikalität eines Biologismus oder Sozialdarwinismus ungewollt anklingen könnte). Dies passt zu einer vorsichtig teleologischen, aber der eigenen Bekundung nach ironischen Sichtweise: Entfaltung der

Massenkommunikation, die eine Mischung aus liberalem Wohlwollen mit ein wenig Kulturpessimismus hervorruft, aber als ein Prozess mit Zufällen und Umwegen. Der Doppelsinn von „Evolution“ als nicht abgestimmte Variation und Selektion sowie als Entfaltung der Anlagen in Richtung auf ein organisches Ganzes oder als Steigerung tritt hier zutage und erlaubt Nuancierungen in Bezug auf Teleologie. Man vergleiche z.B. einerseits

den sich in den modernen Massenmedien entfaltenden Zeitungsbaum (d’Ester, 1928) mit einer anderen Einteilung von Medien, welche den rein taxonomischen Aspekt betont, aber die biologische Terminologie (oder Metaphorik) doch recht weit durchführt (Stöber, 2003b, S. 244ff.). Jedenfalls passt diese offenbar trotzdem in beiden Fällen besser zur metahistorischen Grundhaltung als z.B. eine mechanische oder theatralische (zu solchen metaphorischen Feldern vgl. Demandt, 1978).

Ausblick: Genretheorie und die Medialität der Mediengeschichtsschreibung

Die hier vorgestellte Klassifikation ist wie angedeutet noch nicht abgeschlossen. Insbesondere

fehlt die Methodik, die in der Mediengeschichte ihre besondere Herausforderung in der Reflexion der Medialität von Quellen findet, bzw. in der Dopplung, dass Medienprodukte zugleich Aspekt des Gegenstandes und zu erklärende bzw. zu deutende Überreste sind. Zu untersuchen wären auch die unterschiedlichen Zuschnitte dieses Gegenstandes, z.B. nach Epochen, nach Regionen und nach dem zugrunde liegenden Medienbegriff (man vergleiche etwa den weiten bei einer medientheoretischen und kulturhistorischen gegenüber dem meist engeren bei einer kommunikationswissenschaftlichen Orientierung).

Ein nächster Schritt wäre dann die Analyse der (Re-)Kombinationsfähigkeit der hier behandelten und der weiteren eindimensionalen Typologien

Freilich gilt es, noch einmal mit Hayden White, immer vorsichtig zu bleiben, um nicht eine Darstellung, deren rhetorische Elemente nicht sofort ins Auge springen, mit Realismus gleichzusetzen und als einzige und natürliche Form der Fakten anzusehen, sondern auch ihre Form auf kontingente geschichtstheoretische und ideologische Implikationen abzuklopfen.

zu einer einzigen Typologie. Hier wären sozusagen historiografische Genres als typische Kombination formaler und inhaltlicher Merkmale zu identifizieren (vgl. z.B. bei White, 1994, die Affinitäten zwischen Tropen, narrativer Struktur, formalen Erklärungen und ideologischen Implikationen). So wurde oben bereits auf eine Affinität zwischen Revolutionstheorie, Technikorientierung und „kritischer“ Geschichte hingewiesen, oder zwischen narrativer bis gemäßigt theoretischer

Mediengeschichte, vordergründig ironisch, antiquarisch ausgerichtet, aber oft mit nicht immer ganz transparenten liberal-fortschrittlichen und gelegentlichen monumentalischen Zügen, insgesamt aber mit einem sich realistisch gebenden Gestus (abgeklärt, aber doch mit ein wenig aufklärendem und pädagogischem Optimismus; der Vielfalt und Vorläufigkeit von Beschreibungen bewusst, aber mit dem Anspruch auf unideologische und methodisch gesicherte Faktizität). Solche übergeordnete Typologien bieten dann Anlass für empirische bzw. historische Forschung – wer arbeitet wann warum wie –, aber vielleicht bietet die hier gewählte reduktionistische, analytische Darstellungsweise gerade umgekehrt die Chance, in der zukünftigen Forschung neue Kombinationen zu durchdenken und auszuprobieren, welche über die etablierten Genres hinausgehen.

Über eine solche Fortentwicklung der Typologien zu einer regelrechten Genretheorie der Mediengeschichtsschreibung hinaus, sollte in einem weiteren Schritt auch die Medialität der Mediengeschichtsdarstellung in den Blick genommen werden. Mediengeschichtsschreibung muss letztlich in Medien stattfinden. Legen wir zunächst einen abstrakten technischen Medienbegriff zu Grunde, sind wir auf die durchaus historische These verwiesen, dass erst Schriftlichkeit diejenige Reflexivität erlaubt, welche wir oben sozusagen als Parteinahme für Verwissenschaftlichung und Distanz beschrieben haben, und welche es ermöglicht, auf Metaebenen der geschichtstheoretischen Reflexion überzugehen (diese Behauptung bedürfte aber einer gründlichen Diskussion im Lichte der Literatur zum Verhältnis von Schriftlichkeit und Geschichtlichkeit bzw. zu Schrift und Typen des Geschichtsbewusstseins). Wenn medienhistorische Aufsätze und Bücher derart ein historischer Sonderfall sind, müssten wir geschichtsphilosophisch überzeugt sein, dass in ihrer Herausbildung als Typus und im Einzelfall etwas Vernünftiges herauskommen konnte und kann (und uns fragen, ob wir diese Vernünftigkeit auch Darstellungen in nichtwissenschaftlichen Veröffentlichungen zusprechen).

Sofern wir von *Geschichtsschreibung* sprechen, geraten wir freilich auch in den Verdacht, ein Medium zu privilegieren, was wiederum auch zu Lasten der Nachvollziehbarkeit geht, wenn bestimmte mediale Quellen in der Darstellung wiedergegeben werden können und andere nicht. Eine Möglichkeit besteht darin, zu einem Medienverbund überzugehen, in dessen Zentrum weiterhin die schriftlich oder zumindest sprachlich vorgetragene Erzählung und/oder Theorie steht. Die Alternative wäre die Radikalisierung der McLuhanschen fragmentarischen Poetik zu einer multimedialen Collage (man ist geneigt, von einem „Gesamtkunstwerk“ zu sprechen), je nachdem, wie man zur Aufgabe einer einheitlichen Deutungsinstanz und Darstellungsperspektive steht. Wird Geschichte durch Einbindung historischer Medienprodukte anschaulich dargestellt, wie es wiederum gerade nichtwissenschaftliche Medien zu tun pflegen (wir gehen damit zum institutionellen Medienbegriff über), liegt aber noch nicht automatisch ein systematischer und transparenter Quellenbezug vor, sondern oft ein unreflektiertes Verhältnis nicht ganz transparenter Verallgemeinerungen (hinsichtlich Begriffssetzungen, Entwicklungstendenzen, Moral usw.) zu

Beispielen und Illustrationen, deren Wert als Evidenz nicht methodisch geklärt wird. Umgekehrt müsste sich die wissenschaftliche Geschichtsschreibung fragen lassen, wie sehr die Auswahl ihrer „Illustrationen“ je ästhetisch, technisch, rhetorisch, dramaturgisch usw. bedingt ist.

Eng damit verbunden ist die Frage nach dem avisierten (und dem tatsächlich erreichten) Publikum medienhistorischer Darstellungen. Eine Breitenwirkung über die wissenschaftliche Gemeinschaft hinaus dürften dabei nur Publikumsmedien erlangen. Man könnte aufgrund eines unterstellten Eigeninteresses davon ausgehen, dass solche institutionalisierten Medien vor allem eine feiernde Geschichte ihrer selbst betreiben – „selbst“ im Sinne einer historisch hergestellten Identität des einzelnen Organs oder im Sinne einer Gattung bzw. eines Institutionentypus. So würde man z.B. auf dieser allgemeineren Ebene nicht unbedingt erwarten, dass der Journalismus sich in Form einer kritischen Geschichte freudvoll von seinen historisch gekannten Selbstverständnissen und Strukturen verabschiedet. Freilich sollte man keiner übersimplifizierten Faktorthorie anhängen, wonach alleine ökonomisches Interesse monumentalische Selbstreferenzialität bedingt. Auch „symbolisches Kapital“ im Sinne der Glaubwürdigkeit, des kulturellen Werts und der moralischen und politischen Legitimität kann über geeignete historische Selbstverweise erworben werden (was dann eher öffentlich-rechtliche und so genannte Qualitätsmedien betrifft). Allzu feierliche Darstellungen können dieser Wertzuschreibung aber auch gerade abträglich sein. Medienhistoriker haben also jenseits einzelner Positionen ein Interesse an der Schreibbarkeit und Legitimität von Mediengeschichte (die damit aber gerade nicht ideologisch oder moralisch neutral sein muss), Medien selbst vielleicht eher an der Legitimierung ihrer selbst über Mediengeschichte – oder eben an der Legitimität ihrer institutionentypischen, z.B. journalistischen Variante einer Mediengeschichtsschreibung, welche sich nicht notwendigerweise einfach den Bestandinteressen der Institution unterordnet.

So könnten wir nach denjenigen institutionellen Arrangements suchen, welche gemäß einer Rüsen-schen Pragmatik über ihre Geschichtsschreibung zur Sinnstiftung einer größeren Gemeinschaft beitragen, ohne unreflektiert traditionalistisch oder selbstbeweihräuchernd zu wirken oder naiv eine scheinbar ideologiefreie und vermeintlich al-

leine realistische Anschaulichkeit zu pflegen. Dies nur in wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu vermuten, wäre natürlich eine tautologische Antwort, die blind wäre für die je eigenen Regeln verschiedener Felder und die Notwendigkeiten der Vermittlung. Spezialgeschichten betreffen weder nur Spezialisten für diese jeweilige Geschichte noch ausschließlich diejenigen, welche sie scheinbar alleine handelnd hervorbringen (also nicht nur z.B. die Herrschenden, oder hier die Medienschaffenden), sondern auf differenzierte Weise verschiedene Gruppen. Auch wenn wir in den etablierten Medien sicher Orte für recht reflek-

tierte Geschichtsdarstellung finden mögen, so wäre auch an Plattformen zu denken, welche von den vorherrschenden Medieninstitutionen unabhängig sind, etwa nichtwissenschaftliche partizipative Strukturen. Um insgesamt einen Überblick über Orte und Modalitäten medienhistorischer Darstellungen zu erlangen, bleibt letztlich nur die Verdopplung der vorliegenden Untersuchung, indem ihre Kategorien auch für die Analyse der (Medien-)Geschichtsdarstellungen in den etablierten Massenmedien und neuen, nicht zwangsläufig professionellen Medien genutzt werden.

Bibliographie:

- Acham, K. (1979). Historizität und Generalisierung. Zur Rolle des Historischen in den theoretischen Sozialwissenschaften. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 153-220.
- Averbeck, S. (1999). *Kommunikation als Prozess*. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1934. Münster.
- Baumgartner, H. M. (1979). Erzählung und Theorie in der Geschichte. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 259-289.
- Bausch, H. (1987). Wege zur Kommunikationsgeschichte. In: Bobrowsky, M. & Langenbucher, W. R. (Hg.), *Wege zur Kommunikationsgeschichte*. München, S. 19-25.
- Berlin, I. (1969). Historical inevitability. In: Berlin, I. (Hg.), *Four essays on liberty*. London, S. 41-117.
- Bickenbach, M. (2004). Medienevolution - Begriff oder Metapher? Überlegungen zur Form der Mediengeschichte. In: Crivellari, F., Kirchmann, K., Sandl, M. & Schlögl, R. (Hg.), *Die Medien der Geschichte*. Historizität und Medialität in interdisziplinärer Perspektive. Konstanz, S. 109-136.
- Bloch, M. (1961). *Apologie pour l'histoire ou Metier d'historien*. Paris.
- Blondheim, M. (2009). Narrating the history of media technologies: pitfalls and prospects. In: Bailey, M. (Hg.), *Narrating media history*. London, S. 212-228.
- Bobrowsky, M. & Langenbucher, W. R. (Hg.) (1987). *Wege zur Kommunikationsgeschichte*. München.
- Bösch, F. (2011). *Mediengeschichte*. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen. Frankfurt a. M.
- Bourdieu, P. (1995). Sur les rapports entre la sociologie et l'histoire en Allemagne et en France. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*, 106, S. 108-122.
- Braudel, F. (1969). *Écrits sur l'histoire*. Paris.
- Broersma, M. (2011). From press history to the history of journalism. National and transnational features of Dutch scholarship. In: *Medien & Zeit*, 26 (3), S. 17-28.
- Burke, P. (1992). *History and social theory*. Cambridge.
- Carr, D. (2008). Narrative explanations and its malcontents. In: *History and Theory*, 47, S. 19-30.
- Curran, J. (2009). Narratives of media history revisited. In: Bailey, M. (Hg.), *Narrating media history*. London, S. 1-21.
- d'Ester, K. (1928). *Zeitungswesen*. Breslau.
- Danto, A. C. (1968). *Analytical philosophy of history*. London.
- Darnton, R. (2000). An early information society: News and the media in eighteenth-century Paris. In: *American Historical Review*, 105, S. 1-35.
- Demandt, A. (1978). *Metaphern für Geschichte*. Sprachbilder und Gleichnisse im historisch-politischen Denken. München.

- Dröge, F. & Kopper, G. G. (1991). *Der Medien-Prozeß*. Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft. Opladen.
- Droysen, J. G. (1977 [1858]). Historik. Die Vorlesungen von 1857 (Rekonstruktion der ersten vollständigen Fassung aus den Handschriften). In: Leyh, P. (Hg.), *Historik*. Historisch-kritische Ausgabe. Bd. 1. Stuttgart, S. 1-393.
- Emery, E. & Emery, M. (1978). *The press and America*. An interpretive history of the mass media. Englewood Cliffs.
- Faulstich, W. (2006a). *Mediengeschichte von den Anfängen bis 1700*. Göttingen.
- Faulstich, W. (2006b). *Mediengeschichte von 1700 bis ins 3. Jahrtausend*. Göttingen.
- Foucault, M. (1969). *L'archéologie du savoir*. Paris.
- Frei, N. (1989). Presse-, Medien-, Kommunikationsgeschichte. Aufbruch in ein interdisziplinäres Forschungsfeld? In: *Historische Zeitschrift*, 248, S. 101-114.
- Furnham, A. (1988). *Lay theories: Everyday understanding of problems in the social sciences*. Oxford.
- Giesecke, M. (1998). *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit*. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt a. M.
- Grampp, S. & Wiebel, E. (2008). „Revolution in Permanenz“. Die Erfindung des Buchdrucks als Gründungsfigur der Neuzeit. In: Grampp, S., Kirchmann, K., Sandl, M., Schlögl, R. & Wiebel, E. (Hg.), *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz, S. 95-123.
- Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a. M.
- Hempel, C. G. (1942). The function of general laws in history. In: *Journal of Philosophy*, 39, S. 35-48.
- Hickethier, K. (2003). Gibt es ein medientechnisches Apriori? Technikdeterminismus und Medienkonfiguration in historischen Prozessen. In: Behmer, M., Krotz, F., Stöber, R. & Winter, C. (Hg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel*. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden, S. 39-52.
- Jeanneney, J.-N. (2000). *Une histoire des médias des origines à nos jours*. Paris.
- Kant, I. (1784). Idee zu einer allgemeinen Geschichte in weltbürgerlicher Absicht. In: *Berlinische Monatsschrift*, 4, S. 385-411.
- Kant, I. (2005 [1798]). *Der Streit der Fakultäten*. Hamburg.
- Käuser, A. (2006). Historizität und Medialität. Zur Geschichtstheorie und Geschichtsschreibung von Medienumbrüchen. In: Schnell, R. (Hg.), *MedienRevolutionen*. Beiträge zur Mediengeschichte der Wahrnehmung. Bielefeld, S. 147-166.
- Klotz, F. (2010). *Hundert Jahre Mediendebatte*. Berlin.
- Koselleck, R. (1979). *Vergangene Zukunft*. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten. Frankfurt a. M.
- Koszyk, K. (1989). Kommunikationsgeschichte als Sozialgeschichte. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 30, S. 46-56.
- Krämer, B. & Müller, P. (in Vorb.). *Is a theory of media history possible?* Some meta-historical reflections. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Krotz, F. (2003). Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel. In: Behmer, M., Krotz, F., Stöber, R. & Winter, C. (Hg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel*. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden, S. 15-37.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung*. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden.
- Kruglanski, A. W. (1989). *Lay epistemics and human knowledge: Cognitive and motivational bases*. New York.
- Langenbacher, W. R. (2008). Wider die biografische Blindheit. Plädoyer für Journalismus, Werke und Personen. In: Arnold, K., Behmer, M. & Semrad, B. (Hg.), *Kommunikationsgeschichte*. Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Handbuch. Berlin, S. 185-207.
- Leschke, R. (2008). Vom Eigensinn der Medienrevolutionen. Zur Rolle der Revolutionsrhetorik in der Medientheorie. In: Grampp, S., Kirchmann, K., Sandl, M., Schlögl, R. & Wiebel, E. (Hg.), *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz, S. 143-169.
- Lipp, C. (1995). Histoire sociale et Alltagsgeschichte. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*, 106, S. 53-66.
- Lübbe, H. (1979). Wieso es keine Theorie der Geschichte gibt. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 65-84.
- Mann, G. (1979). Plädoyer für die historische Erzählung. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 40-56.
- Maresch, R. (1995). Medientechnik. Das Apriori der Öffentlichkeit. In: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, 42, S. 790-798.
- Matellart, A. (1994). *L'invention de la communication*. Paris.
- McLuhan, M. (1962). The Gutenberg galaxy. The making of typographic man. Toronto.
- Merten, K. (1994). Evolution der Kommunikation. In: Merten, K., Schmidt, S. J. & Weischenberg, S. (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen, S. 141-162.
- Mink, L. O. (1968). Philosophical analysis and historical understanding. In: *Review of Metaphysics*, 21, S. 667-698.

- Mommsen, W. J. (1979). Die Mehrdeutigkeit von Theorien in der Geschichtswissenschaft. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 334-370.
- Murdock, G. & Pickering, M. (2009). The birth of distance: communications and changing conceptions of elsewhere. In: Bailey, M. (Hg.), *Narrating media history*. London, S. 171-183.
- Nerone, J. (2007). The future of communication history. In: *Critical Studies in Media Communication*, 23, S. 254-262.
- Neuman, W. R. (2010). Theories of media evolution. In: Neuman, W. R. (Hg.), *Media, technology, and society: Theories of media evolution*. Ann Arbor, S. 1-21.
- Nietzsche, F. (1964 [1874]). Zweites Stück: Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben. In: Nietzsche, F. (Hg.), *Unzeitgemäße Betrachtungen* (Sämtl. Werke, Bd. 2). Stuttgart, S. 95-195.
- Nord, D. P. (2003). The practice of historical research. In: Stempel, G. H. III, Weaver, D. H. & Wilhoit G. C. (Hg.), *Mass communication research and theory*. Boston, S. 362-385.
- O'Malley, T. (2002). Media history and media studies: Aspects of the development of the study of media history in the UK 1945-2000. In: *Media History*, 8, S. 155-173.
- Patzig, G. (1979). Theoretische Elemente in der Geschichtswissenschaft. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 137-152.
- Popper, K. R. (1960). *The poverty of historicism*. London.
- Pöttker, H. (2008). Brauchen wir noch (Kommunikations-)Geschichte? Plädoyer für ein altes Fach mit neuem Zuschnitt. In: Arnold, K., Behmer, M. & Semrad, B. (Hg.), *Kommunikationsgeschichte. Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Handbuch*. Berlin, S. 19-43.
- Ranke, L. (1824). *Geschichten der romanischen und germanischen Völker von 1494 bis 1535*. Bd. 1. Leipzig.
- Ricoeur, P. (1983). *Temps et récit*. Tome I. Paris.
- Runciman, W. G. (1983). *A treatise on social theory*. Vol. I: The methodology of social theory. Cambridge.
- Rusch, G. (2008). Medienwandel zwischen Evolution und Revolution. In: Hug, T. (Hg.), *Media, knowledge & education*. Exploring new spaces, relations and dynamics in digital media ecologies. Innsbruck, S. 15-35.
- Rüsen, J. (1979). Wie kann man Geschichte vernünftig schreiben? Über das Verhältnis von Narrativität und Theoriegebrauch in der Geschichtswissenschaft. In: Kocka, J. & Nipperdey, T. (Hg.), *Theorie und Erzählung in der Geschichte*. München, S. 300-333.
- Rüsen, J. (1983). *Historische Vernunft*. Grundzüge einer Historik I: Die Grundlagen der Geschichtswissenschaft. Göttingen.
- Rüsen, J. (1986). *Rekonstruktion der Vergangenheit*. Grundzüge einer Historik II: Die Prinzipien der historischen Forschung. Göttingen.
- Rüsen, J. (1989). *Lebendige Geschichte*. Grundzüge einer Historik III: Formen und Funktionen des historischen Wissens. Göttingen.
- Scannell, P. (2009). The question of technology. In: Bailey, M. (Hg.), *Narrating media history*. London, S. 199-211.
- Schmidt, S. J. (2001). Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. In: Behmer, M., Krotz, F., Stöber, R. & Winter, C. (Hg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel*. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden, S. 135-150.
- Schmolke, M. (2007). Theorie der Kommunikationsgeschichte. In: Burkart, R. & Hömberg, W. (Hg.), *Kommunikationstheorien*. Ein Textbuch zur Einführung. Wien, S. 234-257.
- Standage, T. (1998). *The Victorian Internet: The remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*. New York.
- Starr, P. (2004). *The creation of the media*. Political origins of modern communications. New York.
- Stöber, R. (2003a). *Mediengeschichte*. Die Evolution „neuer“ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Bd. 1. Presse - Telekommunikation. Wiesbaden.
- Stöber, R. (2003b). *Mediengeschichte*. Die Evolution „neuer“ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Bd. 2. Film - Rundfunk - Multimedia. Wiesbaden.
- Stöber, R. (2004). What media evolution is. A theoretical approach to the history of new media. In: *European Journal of Communication*, 19, S. 483-505.
- Stöber, R. (2008). Mediengeschichte: Ein subjektiver Erfahrungsbericht. In: Blome, A. & Böning, H. (Hg.), *Presse und Geschichte*. Leistungen und Perspektiven der historischen Presseforschung. Bremen, S. 413-423.
- Thorburn, D. & Jenkins, H. (2004). Introduction: Toward an aesthetics of transition. In: Thorburn, D. & Jenkins, H. (Hg.), *Rethinking media change*. Cambridge, S. 1-16.
- von Ranke, L. (1942 [1830]). Geschichte und Philosophie. In: von Ranke, L. (Hg.), *Geschichte und Politik*. Ausgewählte Aufsätze und Meisterschriften. Stuttgart, S. 133-137.
- Vowe, G. (1999). Medienpolitik zwischen Freiheit, Gleichheit und Sicherheit. In: *Publizistik*, 44, S. 395-415.
- Wersig, G. (2001). „Emergenz-Konstellationen“. In: Behmer, M., Krotz, F., Stöber, R. & Winter, C. (Hg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel*. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden, S. 53-62.

- White, Hayden (1982). *The politics of historical interpretation: Discipline and de-sublimation*. Critical Inquiry, 9, 113-137.
- White, H. (1984). The question of narrative in contemporary historical theory. In: *History and Theory*, 23, S. 1-33.
- White, H. (1987). *The content of the form*. Narrative discourse and historical representation. Baltimore.
- White, H. (1994). *Metahistory*. Die historische Einbildungskraft im 19. Jahrhundert in Europa. Frankfurt a. M..
- Wiedenmann, N. & Kirchmann, K. (2008). Revolution als Selbstmandatisierung und -inszenierung. Eine begriffsgeschichtliche Annäherung an eine problematische Kategorie. In: Grampp, S., Kirchmann, K., Sandl, M., Schlögl, R. & Wiebel, E. (Hg.), *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz, S. 25-64.
- Wilke, J. (2008). *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte*. Köln.
- Winkler, H. (1999). Die prekäre Rolle der Technik. Technikzentrierte versus „anthropologische“ Mediengeschichtsschreibung. In: Pias, C. (Hg.), *Medien*. Dreizehn Vorträge zur Medienkultur. Weimar, S. 221-240.
- Ziemann, A. (2011). *Medienkultur und Gesellschaftsstruktur*. Soziologische Analysen. Wiesbaden.

Benjamin KRÄMER (1981)

Dr., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Er erlangte einen Bachelor- und Masterabschluss am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. In seiner Dissertation *Mediensozialisation. Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen* (2013, bei Springer VS) untersucht er sozialstrukturelle Einflüsse auf die Mediennutzung. Zu seinen neueren Forschungsinteressen gehört die gesellschafts- und geschichtstheoretische Beschreibung des Medienwandels, von der Frage nach der Repräsentation und Transformation sozialer Strukturen im Internet bis zu Problemen der Theoriefähigkeit der Mediengeschichte.

Philipp MÜLLER (1984)

M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Er studierte Publizistik/Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Psychologie und Medienpädagogik an den Universitäten Mainz und Passau. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen: sozialpsychologische Aspekte der öffentlichen Kommunikation (insbes. Wahrnehmungen und Wahrnehmungsphänomene, Medien und soziale/nationale Identität), Medienwandel, individuelle und gesellschaftliche Medienwirkungen und politische Kommunikation (insbes. wahrgenommene öffentliche Meinung).

Rezensionen

BARBARA COUDENHOVE-KALERGI: *Zuhause ist überall. Erinnerungen*. Wien: Paul Zsolnay Verlag 2013, 335 Seiten.

Der Blick ins Bücherregal demonstriert: Die journalistische Autobiographie ist längst zum eigenen, traditionsreichen journalistischen Genre geworden. Das dokumentieren nun auch zwei neuere, zufällig fast gleichzeitig entstandene Veröffentlichungen (vgl. Jürgen Wilke: *Autobiographien als Mittel der Journalismusforschung*, Quellenkritische und methodologische Überlegungen. In: Olaf Jandura u.a. Hg.: *Methoden der Journalismusforschung*, Wiesbaden: VS Verlag 2011, S. 83-105; und vom Autor dieser Rezension: *Reporter in eigener Sache*. Lektüregänge in journalistischen Autobiografien. In: Wolfgang Duchkowitsch u.a. Hg.: *Journalistische Persönlichkeit*. Fall und Aufstieg eines Phänomens, Köln: Halem Verlag 2009, S. 230-248). Beide Quellen zusammen weisen über 300 deutschsprachige Autobiografien für die Epoche von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart nach; Ergänzungen und Nachträge – ob als späte, bisher übersehene Funde oder als Neuerscheinungen – vergrößern diesen Korpus erfreulicherweise ständig. So beglückten uns im Bücherherbst 2012 z.B. das Werk des in Wien geborenen und von der Nazibarbarei als Kind vertriebenen Ari Rath (Ari Rath: *Ari heißt Löwe*. Erinnerungen. Aufgezeichnet von Stefanie Oswalt. Wien: Paul Zsolnay Verlag 2012) und ein sogar zu Bestsellerruhm gekommenes Buch der Doyenne des österreichischen Journalismus. Die Erinnerungen von Barbara Coudenhove-Kalergi sind eine bewegende Lektüre.

Ihre Erzählungen beginnen am Ort ihrer Geburt in Prag und mit den Kinderjahren dort, berichten von der Flucht in den Westen, die nach nachkriegsbedingten Irrwegen die Neunzehnjährige nach Wien führt. Diese Stadt wird zum Mittelpunkt ihres beruflichen und privaten Lebens. Nach Stationen in diversen Wiener Zeitungen wird sie eine zentrale Figur in der Epoche des Neustarts des ORF unter Gerd Bacher. Das Ausland und die Auslandskorrespondenz wird zu ihrer Spezialität; das mag ihr auch die Erkenntnisse eingetragen haben, die der Titel ihres Buches gegen alle Heimatgefühligkeit und Nationalpathos postuliert: Zuhause ist überall! Als die Korrespondentenjahre aus Altersgründen vorbei sind, macht

sie eine Ausbildung als Lehrerin für Deutsch als Zweitsprache und unterrichtet Migranten und Asylwerber. Ihr eigenes Flüchtlingsschicksal erinnernd, engagiert sie sich so gegen den alltäglichen Rassismus und die grassierende Fremdenfeindlichkeit. Diese praktizierte Menschlichkeit atmen auch die 30 Kapitel, die von einem bewundernswerten Leben und Werk berichten. Man hätte nichts dagegen, noch viele weitere zu lesen.

Das war auch der Tenor der ungewöhnlich zahlreichen Rezensionen in Zeitungen und Zeitschriften. Bücher über Medien oder Journalismus erreichen ja nur selten ein allgemeineres Publikum; diesem wird hier von einem Leben berichtet, das durchaus so abenteuerlich war wie ein Roman über die Zeit der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts. Darüberhinaus aber vermag diese große Journalistin ebenso spannend über ihren Beruf zu erzählen. Nicht selten stand sie als Auslandsreporterin ganz wörtlich an den Fronten des Geschehens: in Prag und Danzig, als die Mauer fiel, im Orient und in China. Das sind Blicke hinter die Kulissen der journalistischen Arbeit und manchmal auch erinnerte Reportagen, die neben ihrem Gehalt als Lesestoff auch als wissenschaftliche Quellen genutzt werden sollten, um unsere Idee von diesem Beruf Farbe und Tiefe zu geben. Es steigert den Wert dieser Erinnerungen nicht wenig, dass sie von einer Journalistin stammen, denn unter den hunderten, oben erwähnten Autobiografien sind solche allzu selten. So wie sie durch ihre jahrzehntelange Bildschirmpräsenz bis zu ihrem Ausscheiden aus dem ORF längst zum Rollenmodell wurde, können sich an diesen Erinnerungen nun auch die jetzigen und künftige Frauengenerationen orientieren.

Wolfgang R. Langenbacher,
Wien/München

KLAUS MEIER / CHRISTOPH NEUBERGER: *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos 2012, 245 Seiten.

„Stand und Perspektiven“ der Journalismusforschung stehen im Zentrum des knapp 245 Seiten umfassenden Sammelbands. Mit 13 Aufsätzen von renommierten FachvertreterInnen eröffnen die Herausgeber die Reihe *Aktuell*.

Studien zum Journalismus, in der zukünftig Autoren, die sich mit der Neuorientierung des Journalismus befassen, Platz finden sollen. Klaus Meier und Christoph Neuberger versammeln Beiträge, die die aktuellen Probleme der Journalismusforschung und des Journalismus als Ausgangspunkt haben. Dies geschieht vor allem vor dem Hintergrund gegenwärtiger Wandelphänomene, wie Digitalisierung, Ökonomisierung, Globalisierung oder Medialisierung.

„Nicht nur der Journalismus ist dabei, sich neu zu erfinden. Dies gilt nicht weniger für die Forschung, die sich ihm widmet. Auch sie muss ihren Standort neu bestimmen.“
(S. 9)

konstatieren Meier und Neuberger einführend.

Gegliedert ist das Buch in vier Abschnitte. Zu Beginn des ersten Abschnitts „Politische und ökonomische Voraussetzungen“ reflektiert Andrea Czeppek über Hindernisse und Grenzen der Pressefreiheit. Sie kritisiert einerseits, dass die vorliegenden Studien und Indizes sich vor allem auf Einschätzungen von ExpertInnen verlassen und Inhaltsanalysen vernachlässigt werden, andererseits die Herangehensweisen und Operationalisierungen mit einem westlichen und teilweise ideologischen Blick. Sie plädiert für eine verstärkte Berücksichtigung inhaltlicher Vielfalt, von Partizipationsmöglichkeiten und eine systematischere Datenerhebung. Zu lösen seien auch noch die Frage nach den legitimen Grenzen der Pressefreiheit und deren Implementierung, um den Schutz anderer Grundrechte zu gewährleisten, ohne zu stark in die Pressefreiheit einzugreifen. Dass diese Debatte durch das Internet noch einen Gang zulegt, liegt auf der Hand, ebenso, dass hier noch weiterer Forschungsbedarf besteht.

Im zweiten Beitrag befassen sich Klaus-Dieter Altmeyen, Regina Greck und Tanja Kössler mit Journalismus und Medien aus organisationstheoretischer Sicht. Den Vorschlag einer strukturationstheoretischen „Neuordnung auf der Mesoebene der Organisation [...], die deutlich zwischen Journalismus und Medien unterscheidet“ (S. 38) hat Altmeyen auch schon an anderen Stellen ausgeführt (dieser organisationstheoretische Ansatz wurde etwa von Manfred Rühl oder Roman Hummel kritisiert). Medienunternehmen dienen hier dazu, die Inhalte des Journalismus zu distribuieren und zu finanzieren. Können Medienunternehmen dies immer weniger leisten, wie die

AutorInnen vor dem Hintergrund der Aufhebung des Distributionsmonopols der traditionellen Medien durch das Internet, der Auflösung ihres Werbemonopols durch dasselbe und der sinkenden Nutzung der traditionellen Medien darlegen, müssten andere Organisationen – genannt wird das Beispiel Stiftungen – diese Leistung übernehmen. Eine Einschätzung, ob und wie sich diese alternativen Geschäftsmodelle aber durchsetzen könnten, bleiben die AutorInnen schuldig.

Dieser Frage widmet sich aber der nächste Beitrag, in dem Frank Lobigs alternative Finanzierungsmodelle für den Journalismus behandelt. Die Realisierung eines von Marie Luise Kiefer vorgeschlagenen Modells, in dem sich die staatliche Medienfinanzierung auf förderungswürdige journalistische Redaktionen fokussieren und deren staatsferne durch eine unabhängige, qualifizierte JournalistInnenausbildung gewahrt werden soll, hält der Autor für politisch und juristisch chancenlos. Realisierbar sieht er andere Reformvorschläge, die teilweise in Österreich schon umgesetzt bzw. zur Zeit neu verhandelt werden, wie Wegfall von Mehrwertsteuer, Vertriebssubventionierung, steuerliche Förderung von Stiftungsmodellen und eine Ausweitung der Aufteilung der Haushaltsabgabe für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf Printmedien. Dem Vorschlag einer Lockerung des Pressekartellrechts steht die Rezensentin skeptisch gegenüber, könnte dies doch zu einer Verminderung der inhaltlichen Vielfalt führen.

Im ersten Beitrag des zweiten Abschnitts „Qualität, Management und Verantwortung“ behandelt Klaus Arnold methodische Probleme der empirischen Erforschung journalistischer Qualität. Der Forschungszweig habe sich zwar in den letzten Jahren vermehrt des Publikums angenommen, diese Perspektive stelle jedoch eine zukünftige Herausforderung dar. Einerseits sei von Interesse, wie und ob klassische journalistische Qualitäten auf neue partizipative Formen im Internet anwendbar seien, andererseits gebe es in Deutschland (wie auch in Österreich, Anm. der Rezensentin) noch wenige Studien zur Qualitätssicht von JournalistInnen, wie sie etwa in der Schweiz durchgeführt werden.

Vinzenz Wyss legt in der Folge seinen Ansatz zum Qualitätsmanagement (QM) dar und plädiert unter Verwendung von anschaulichen Beispielen für dessen Implementierung in Medienorganisationen und führt aus, wie das redaktionelle QM

von einer strukturationstheoretischen Perspektive aus konzipiert werden kann. Als Herausforderung für die Journalismusforschung sieht er die Beantwortung der Frage, ob die Einführung von QM auch „zu einem leistungstärkeren, besseren Journalismus“ (S. 101) führe.

„Verantwortung und Selbstkontrolle im Journalismus“ behandelt der Beitrag von Susanne Fengler. Darin systematisiert die Autorin nachvollziehbar vorhandene Forschung zur Medienselbstkontrolle. Als Forschungslücken identifiziert sie die Ausweitung der Forschung auf das Internet und den Einbezug der Publikumperspektive.

Der steigenden Bedeutung von Crossmedialität nimmt sich Klaus Meier an. Gerade dieser Beitrag dürfte neben jenem von Wyss auch für PraktikerInnen von Interesse sein. Nach den verschiedenen redaktionellen Ausformungen der Crossmedialität behandelt Meier inhaltliche Dimensionen. Als Forschungslücken macht er dabei vor allem die Behandlung von crossmedialen Verbreitungs- und Contentplattformen aus. Fragen, die sich hier stellen sind u.a., ob das Internet die klassischen Vertriebsarten ersetzen wird und wie lange traditionelle lineare Plattformen (Print, Fernsehen, Radio) dominieren, ob sich neue Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen bei JournalistInnen, Redaktionen und Publikum etablieren und welche inhaltlichen Qualitäten sich dadurch verändern. Abschließend widmet sich der Autor den Anforderungen an Berufsbild und Ausbildung, zu nennen sind etwa crossmediale Redaktionen, crossmedia Story-Telling und partizipativer Journalismus und macht fruchtbare Vorschläge zu Ausbildungskonzepten für die crossmediale Praxis.

Der dritte Abschnitt, auch dieser dürfte PraktikerInnen interessieren, widmet sich dem lange vernachlässigten Thema „der Journalismus und sein Publikum“. Ralf Hohlfeld startet mit Ausführungen zur Frage, wie sich die journalistische Beobachtung des Publikums gewandelt hat. Wiebke Loosen behandelt die Publikumsbeteiligung (wie z.B. „Crowdsourcing“) im (Online-)Journalismus und hier vor allem, wie der professionelle, redaktionell organisierte Journalismus das Publikum integriert. JournalistInnen hätten auf der einen Seite die Furcht ihre professionelle Autonomie und ihre Rolle als „Gatekeeper“ zu verlieren, seien sich aber andererseits auch bewusst, dass sie sich Formen der Publikumsbeteiligung öffnen und diese in die Prozesse der journalistischen Aussa-

genentstehung einbinden müssen. Sie betont, dass sich der Journalismus durch die Publikumpartizipation nicht grundlegend verändert habe und es verstehe, die Aktivitäten der NutzerInnen für seine Zwecke einzusetzen, etwa für die Recherche oder die Distribution der Inhalte und, dass sich die Rollengrenzen zwischen JournalistInnen und RezipientInnen nicht aufgehoben hätten.

Der vierte und letzte Abschnitt ist mit „Vergleiche und Entwicklungen“ titulierte. Im längsten Buchbeitrag stellt sich Armin Scholl der Aufgabe Theorien des Journalismus zu vergleichen. Der Text von Scholl schafft dies verständlich und anschaulich und eignet sich deswegen auch besonders für Studierende. Nachdem er auf Problematiken des Theorievergleichs eingeht, legt er diesen nicht allein grundlegend – entlang der Gesellschaftstheorien, Handlungstheorien, Systemtheorien, integrative Sozialtheorien, normativ-kritische Theorien und drei Theorien mittlerer Reichweite (Nachrichtenauswahltheorien, Professionalisierungsansätze, Medieninhaltsforschung) – an, sondern anhand dreier ausgewählter Fragestellungen: Autonomieproblematik im Journalismus, journalistische Objektivitätsnorm und Rolle des Publikums. Abschließend stellt er die Forderung, empirische Studien besser, spezifischer und kontinuierlicher auf die Gesellschaftstheorien und Kulturtheorien abzustimmen, um eine wechselseitige theoretische Prüfung durch eine zunehmende empirische Prüfung zu ergänzen.

Eine gute Einführung in die komparative Journalismusforschung bietet im Anschluss Thomas Hantitzsch, Leiter der 21 Länder umfassenden *Worlds of Journalism Study*. Wie zuvor auch Czepek, sieht er die Äquivalenz der Instrumente und deren Anpassung an unterschiedliche kulturelle Kontexte als methodische Herausforderung.

Margreth Lünenborg wendet sich in ihrem (an anderer Stelle bereits publizierten) Aufsatz der Boulevardisierung im Journalismus zu. Ästhetische, formale und inhaltliche Machart sowie Regeln der Vereinfachung, Personalisierung und Emotionalisierung hätten sich inzwischen auch auf andere journalistische Angebote übertragen, als Beispiel nennt sie etwa *Spiegel Online*. Sie plädiert in ihrem Beitrag, der als einziger auf die gestiegene Bedeutung des Visuellen im Journalismus hinweist, einleuchtend für eine kritische Zuwendung der Journalismusforschung zu populären Formaten des Boulevardjournalismus.

Das Buch wird schließlich von Christoph Neubergers Beitrag zur Medialisierung des Journalismus abgerundet. Er schlägt unter Rückgriff auf Uwe Schimanks (akteurs- und systemtheoretische) Theorie der funktionalen Differenzierung, eine stärker gesellschaftstheoretische Fassung der Medialisierungsthese, vor und skizziert ein Forschungsprogramm mit dem es gelingen könne, die Konzentration auf die Mikroebene zu überwinden und auch Makro- und Mesoebene einzubeziehen.

Insgesamt sammelt der Band wichtige Diagnosen der Felder und Themen der Journalismusforschung und kreative Ansätze und Vorschläge für zukünftige theoretische und empirische Ausrichtungen der Forschung, die sich vor allem durch das Internet neuen Herausforderungen stellen muss. Für KollegInnen auf dem Gebiet der Journalismusforschung bietet das Buch, dies liegt bei einem Überblickswerk auf der Hand, wahrscheinlich nicht viel Neues, er ist aber vor allem WissenschaftlerInnen, die sich wenig mit Journalismusforschung befassen und einen Überblick über den aktuellen Stand und zukünftige Programme gewinnen wollen, ans Herz zu legen. Viele der Beiträge eignen sich aber auch für Studierende, vor allem zur Einführung, einige scheinen auch für PraktikerInnen relevant, die theoretischen Beiträge könnten für sie aber etwas zu abstrakt ausgefallen sein.

Cornelia Brantner, Wien

IRENE NEVERLA / MIKE S. SCHÄFER (Hg.): *Das Medien-Klima. Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung*. Wiesbaden: Springer VS 2012, 285 Seiten.

Der Klimawandel ist zugleich regionales und globales Thema. Es wird in allen gesellschaftlichen Bereichen diskutiert: in Wissenschaft, Politik und Wirtschaft, aber auch in Kirche, Kunst und Kultur. Diese Debatten spiegeln sich in den Massenmedien wider. Deren Berichterstattung über Klima und den Klimawandel ist in den letzten Jahren sowohl quantitativ als auch qualitativ wahrnehmbarer geworden, was sie wiederum stärker in den Fokus der Kommunikations- und Medienwissenschaft gerückt hat. Insbesondere die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler am *KlimaCampus* der Universität Hamburg widmen

sich seit einigen Jahren intensiv diesen Zusammenhängen. Eine erste umfassende und beeindruckende Zwischenbilanz ihrer Arbeit ist der vorliegende Band, herausgegeben von Irene Neverla und Mike S. Schäfer. In ihm werden zum einen einzelne Arbeiten zur Rolle der Medien in der gesellschaftlichen Kommunikation zum Klimawandel zusammen getragen, zum anderen werden sie mit weiteren Texten zu einem Gesamtkonzept synthetisiert. Auf diese Weise entsteht tatsächlich ein State-of-the-art der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung.

Der Sammelband beinhaltet elf Beiträge, die in drei große Blöcke eingeteilt sind: Im ersten Abschnitt wird analysiert, wie extramediale Akteure wie Wissenschaftler und Politiker, Industrie- und zivilgesellschaftliche Akteure in der Klimadebatte agieren und wie dies neben anderem das journalistische Handeln bzw. die journalistischen Konstruktionen von Klimawandel beeinflusst. Im zweiten Abschnitt stehen die medialen Konstruktionen des Klimawandels im Vordergrund und die letzten drei Beiträge beschäftigen sich mit der Rezeption und den Wirkungen dieser medialen Konstruktionen.

Im Folgenden werden einzelne Texte herausgegriffen und kurz vorgestellt: Corinna Lüthje und Irene Neverla bieten in ihrem Beitrag über „Wissen, Diskurse, Erzählungen im Kontext von Mediatisierung. Konzeptionelle Überlegungen zur sozialen Konstruktion von Klimawandel“ eine Art wissenschaftlichen Überbau. Im Kern findet die Klimaforschung in den Naturwissenschaften statt.

„Klima und Klimawandel stellen einfache ‚Naturphänomene‘ in dem Sinn dar, dass hier beobachtbare und messbare Daten und Statistiken zu Grunde liegen, über deren Bedeutung und die daraus folgenden Konsequenzen jedoch in der Gesellschaft erst Übereinkunft hergestellt werden muss.“
(S. 143)

Die beiden Autorinnen setzten sich wissenschafts-, erkenntnis- und diskurstheoretisch mit dem Phänomen Klima und dessen gesellschaftlicher Konstruktion auseinander. Als weiteren Aspekt beziehen die Autorinnen die Narratologie mit ein, auf deren Basis die Geschichten über das Klima und dessen Wandel in den Medien präsentiert werden.

Diese Geschichten werden überall auf der Welt ähnlich und doch anders erzählt.

Mike S. Schäfer, Ana Ivanova und Andreas Schmidt haben untersucht, inwieweit und wie sich die mediale Aufmerksamkeit für den Klimawandel in 26 Ländern unterscheidet. Die Autoren können in dieser vergleichenden Studie zeigen, dass der Klimawandel in den Medien aller Kontinente in den vergangenen Jahren immer stärker wahrgenommen worden ist.

„Die Medienaufmerksamkeit konzentriert sich dabei stark auf internationale Ereignisse und Entwicklungen, was sich auch mit dem globalen Charakter des Phänomens vereinbaren lässt.“
(S. 137)

Außergewöhnliche und hervorragende Einblicke in die visuellen Konstruktionen von Klima und Klimawandel in den Medien bieten Elke Grittmann und Joan Kristin Bleicher in ihren Beiträgen. Grittmann wählt als Einstieg in ihren Beitrag zwei eindrucksvoll bebilderte Geschichten im *Spiegel*. Im Jahr 1986 druckte das Hamburger Magazin auf dem Titelbild über der Schlagzeile *Die Klima-Katastrophe* den von Wasser umfluteten Kölner Dom. Unter dem Titel *Tonga in der Nordsee* spielte der *Spiegel* 2011 zum wiederholten Mal mit der Symbolik von Überschwemmungen, Fluten und Hochwasser. Grittmann geht in ihrem Beitrag der Frage nach, inwieweit Wissen über Klima und Klimawandel durch Bilder generiert wird. Visualisierung wird in verschiedenen Formen umgesetzt, beispielsweise durch Simulation, durch Grafiken, Schaubilder, Modelle, Diagramme und vieles mehr. Mit dieser „Ikono-graphie des Risikos Klimawandel“ werden nicht zuletzt Emotionen geweckt, die Verletzlichkeit der Natur und des menschlichen Planeten offenbar.

Joan Kristin Bleicher streift durch populäre Kinofilme und TV-Movies, auf der Spur nach dem „Klimawandel als Apokalypse“. Vor allem in Katastrophenfilmen wird der Klimawandel in Form einer Naturkatastrophe veranschaulicht, aus der es kein Entkommen gibt. Eher selten werden die Ursachen und möglichen Folgen des realen Klimawandels in diesem Genre reflektiert. Erlebnisorientierung und Emotionalisierung stehen im Vordergrund, Information und Aufklärung sind nicht intendiert.

Gleichermaßen aufschlussreich und spannend sind die drei Beiträge im dritten Block des

Bandes. Die Lektüre hinterlässt allerdings auch ein Stück weit Enttäuschung und Verwirrung – nicht über die Texte selbst, sondern über das, was sie vermitteln. Selbst wenn man weiß, dass Medien nicht unmittelbar auf Wissen, Einstellungen und Verhalten wirken, so ist doch die Erkenntnis über die relative Wirkungslosigkeit der Klimaberichterstattung bzw. der Mediennutzung auf das Umweltbewusstsein ernüchternd. Die Aufsätze zeigen allerdings auch, dass es im Hinblick auf die individuelle und die gesellschaftliche Wirkungsperspektive im Zusammenhang mit der Klimadebatte noch viel zu forschen gibt. So machen Irene Neverla und Monika Taddicken darauf aufmerksam, dass wesentliche Modelle – wie beispielsweise der Two-step-flow- oder der Agenda-Setting-Ansatz aus der Wirkungs- und Publikumsforschung – bis dato nicht auf die Frage der Wirkungen von medialer Klimaberichterstattung angewendet worden sind. Aus ihrer Synopse vieler vorliegender Studien heraus ergibt sich, dass der

„Klimawandel – bzw. globale Erwärmung mit ihren regional differenzierten Folgen – als wissenschaftlich generierte Hypothese mit ihren extrem langfristigen und weiträumigen Perspektiven für Menschen nicht wahrnehmbar und in deren Alltagsdenken schlecht integrierbar“
(S. 215)

ist.

Mike S. Schäfer und Kolleginnen sind in ihrer Studie der Frage nachgegangen, inwieweit deutsche Klimawissenschaftler geprägt sind von der Mediatisierung des gesamten Themenfeldes. Sie konstatieren nach der Auswertung ihrer Daten, dass Mediatisierungsphänomene durchaus in der Klimawissenschaft existieren. Die befragten Wissenschaftler haben relativ häufig Kontakt zu Journalistinnen und Journalisten bzw. Medien. Allerdings betrifft die Mediatisierung nicht alle Wissenschaftler gleichermaßen; vor allem erfahrene, hochrangige und publikationsstarke Forscher haben häufiger Medienkontakte, während sich weniger erfahrene Wissenschaftler stärker an den Vorgaben der Medien orientieren. Die Grenzen der Mediatisierung liegen jedoch bei allen in der Verletzung wissenschaftlicher Normen.

Was sich bis dahin bereits angedeutet hat, wird im letzten Beitrag von Angela Oels und Anabela Carvalho konkretisiert: Medien berichten relativ stereotyp und zugleich regierungsorientiert über Ursachen, Folgen und Lösungen des Klimawandels.

Mit diesem Framing machen sie es der offiziellen Politik leichter und den Nichtregierungsorganisationen schwerer. Die beiden Autorinnen stellen in den Mittelpunkt ihrer Untersuchung die so genannte Versicherheitlichung – diese liegt dann vor, „wenn ein Thema als eine existenzielle Bedrohung dargestellt wird, die außergewöhnliche politische Maßnahmen erforderlich erscheinen lässt“ (S. 253). Gegenstand ihrer Analyse ist die mediale Konstruktion von „Klimaflüchtlings“ – das sind Menschen, die durch den Klimawandel ihre Lebensgrundlage und damit ihre Existenz verlieren könnten, wie beispielsweise die Bewohner einiger tief liegender pazifischer Inseln. Die Konzentration auf Frames der Versicherheitlichung führt zu einer hohen Akzeptanz staatlicher Handlungen, die zum Teil in Richtung repressiver oder militärischer Maßnahmen gehen (können). Damit wiederum werden wichtige alternative Lösungsmöglichkeiten aus der öffentlichen Debatte verdrängt. Medien drohen somit zu Marionetten der Politik zu werden.

Mit diesem letzten Beitrag wird der Kreis zu den ersten dreien geschlossen: Auch Markus Rhomberg, Inga Schlichting und Andreas Schmidt beschreiben Framing-Strategien wissenschaftlicher, politischer, ökonomischer und zivilgesellschaftlicher Akteure. Damit verfestigt sich ein Ergebnis, das seit vielen Jahren für die Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung konstatiert werden muss: Medien können oder wollen die Komplexität von Themen wie den Klimawandel mit den ihr zur Verfügung stehenden Standards und Routinen nicht angemessen wahrnehmen. Insofern muss die Kommunikation über Klima und Klimawandel möglicherweise nach anderen Kanälen suchen.

Beatrice Dearnbach, Bremen

JULIA MARIA DERRA: *Das Streben nach Jugendlichkeit in einer alternden Gesellschaft. Eine Analyse altersbedingter Körperveränderungen in Medien und Gesellschaft.* Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2012, 421 Seiten.

Ausgehend von der Tatsache, dass wir in einer alternden Gesellschaft leben, die aber noch immer am Leitbild Jugendlichkeit festhält, befasst sich Julia Maria Derra in ihrer Arbeit mit Altersdiskursen und -repräsentationen in der Werbewelt

und geht der zentralen Frage nach dem Verhältnis von realen und medial zirkulierenden Bildern des vergeschlechtlichen Alters nach. In ihrer rund 400-seitigen soziologischen Dissertation setzt sie sich mit dem Phänomen Jugendlichkeit in einer alternden Gesellschaft und insbesondere in der Werbekommunikation, die als Präsentationsplattform für Idealbilder fungiert und Bilder vermittelt, die Orientierung bieten, auseinander. Inwieweit repräsentieren werbliche Inszenierungen die Heterogenität des höheren Lebensalters und welche Bedeutung wird dem alten Körper zugeschrieben?

Da der Werbewelt eine entscheidende Instanz bei der Konstituierung und Konturierung vom Idealbild des Körpers beigemessen wird, wirft sie in diesem dichten Werk auch die Frage nach der Erkennbarkeit von Ansätzen jenseits von einer Idealisierung jugendzentrierter Schönheitsmerkmale auf, die gesellschaftliche Schönheitsvorstellungen erweitern und damit dem körperlichen Altern Aufmerksamkeit und neuen Raum geben.

Im ersten Teil ihrer Arbeit vermittelt sie uns einen guten Ein- und Überblick in verschiedene Altersansätze, indem sie sich zunächst dem Altersbegriff auf biologischer, soziologischer, psychologischer und funktionaler Ebene nähert. Sie führt uns in diverse Altersansätze und -modelle ein, beschreibt Altersbilder von gestern und heute und lässt sich auf die mit dem Alter verbundenen Stereotypen ein, die oftmals zu einer Altersdiskriminierung in der Gesellschaft führen. Neben den theoretischen und historischen Altersbildern verabsäumt sie es auch nicht, immer wieder Untersuchungen anzuführen, die sich unter anderem mit den Begriffen „Jugendlichkeit“ und „Älterwerden“ auseinandersetzen.

All diese Ausführungen verweisen aber letztlich auf den Körper, dem eine zentrale Rolle bei der Sicht auf das Alter zugeschrieben werden muss. Derra stellt aber zu Recht fest, dass in der deutschsprachigen Forschung die Körperdimension in der Altersforschung weitgehend eine Randerscheinung bleibt, verweist aber zugleich auf die angelsächsische Tradition, die einen Grundstamm an Forschungen hinsichtlich dieser Thematik aufweist. Sie nimmt dies zum Anlass für eine intensive Auseinandersetzung mit relevanten Körperansätzen und -theorien, denn es ist der Körper, der als Fläche für die Sichtbarkeit des Alters fungiert.

Der Visualität des Alterns geht sie auf den nächsten 33 Seiten nach, und wie im bereits voran-

gegangen Teil über „Altersdiskurse“ finden wir auch hier einen enormen „Zitate- und Quellenreichtum“ vor: Von Bourdieu, der den Körper als „unwiderlegbare Objektivierung des Klassengeschmacks“ begreift, über die Thematik der Körper selbst-Inszenierung bis zur Disziplinierung des Körpers nach Foucault, um nur einige Ansätze zu nennen. Dabei begibt sie sich auch auf historische und aktuelle Spurensuche nach der Bestimmung von männlichen und weiblichen Idealkörpern und lässt sich ausführlich auf das gegenwärtige Attraktivitätsstereotyp ein. Ihren Ansatzpunkt macht sie deutlich, indem sie den biologischen Körper und den gesellschaftlich konstruierten Körper nicht als voneinander getrennt begreift. Der Körper ist von Natur aus da, der Umgang mit ihm, seine Bedeutung, Bewertung und die Einstellung ihm gegenüber ist gesellschaftlich und kulturell geprägt. So stellt der natürliche Körper im Zusammenhang von Altern, Jugendlichkeit und Werbebildern eine Präsentationsfläche für das Alter dar und fungiert als eine Offenlegung des Alterungsprozesses, während die Bewertung des sichtbaren Alters kulturell erfolgt. Doch in Zeiten der Körper-Modifikationskultur ist das Selbst nicht mehr länger dem (alten) Körper ausgeliefert, die Diskrepanzen zwischen jüngerem Inneren und älterem Äußeren sind aufgrund vielfältiger Gestaltungsmittel nicht mehr in diesem Ausmaß gegeben.

Diese Sichtweise führt in der Folge zu einer Auseinandersetzung mit der „Illusion eines alterslosen Selbst“, das auf die Gestaltung des Körpers mittels propagierter Maßnahmen wie Faltenreduktion, Diätetik, Fitnessprogramme, Lifestyle-Medikamente und Schönheitschirurgie setzt, um eine (Wieder)Annäherung an das jugendliche Ideal zu avisieren. In diesem Zusammenhang führt die Autorin zahlreiche Untersuchungsergebnisse zur Nutzung von Kosmetikangeboten von Frauen im Alter an und stellt eine Verwobenheit von Klasse, Geschlecht und Alter im Hinblick auf Aussehen, Schlanksein und Diäthalten her, geht dabei jedoch nicht in die Tiefe, sondern greift – wie an anderen Stellen auch – viele Gedanken und Ansätze auf, ohne diese eingehender zu beleuchten. Im Weiteren folgen verschiedene Ansätze und zahlreiche Untersuchungen zu Möglichkeiten der Körpermodifikationen wie Fitnessverhalten, Verbraucheranalysen in Bezug auf Lifestyle-Medikamente sowie Schönheitschirurgie, und abgerundet wird das zentrale Körperkapitel mit einer abschließenden Diskussion zu „Anti-Aging

und Verschönerung“. Wenn Derra resümierend feststellt, dass Schönheitsoperationen lediglich eine weitere Möglichkeit der Körpermodifikation darstellen und diese in dieselbe Kategorie wie Diäten, Sport oder Schminken eingeordnet werden, wäre an dieser Stelle ein kritischer Blick auf die Normierung, Disziplinierung und Ermächtigung des Körpers angebracht. Stattdessen belässt sie es aber bei der Aussage, dass es sich bei der Schönheitschirurgie um ein Phänomen handelt, das polarisiert, und dass keine der vorgestellten, auf Anti-Aging ausgerichteten Körpermodifikationsmaßnahmen gänzlich frei von Kritik seien.

Im Anschluss an die dargestellte Modifikationskultur des Körpers setzt sie sich mit der problematischen Darstellung von (alten) Körpern in der Werbewelt, die mit einer untrennbaren Verknüpfung von Darstellung und Bewertung des Körperselbst verbunden ist, auseinander. Im Kontext von Körperarbeit als Arbeit an der Identität, handelt Derra die negative Diskrepanz zwischen dem Real- und Idealbild der Gesellschaft und dem Nicht-Erkennen bzw. Nicht-Bewusstmachen der Unerreichbarkeit dieser Attraktivitätsstandards ab und verweist auf die Gefahr einer gestörten Körperbeziehung, die sich aus dieser Unzufriedenheit mit dem eigenen Aussehen entwickeln kann.

In dem darauffolgenden Teil liefert sie einen Forschungsüberblick zu Alters- und Körperdarstellungen in der Werbung, der nochmals verdeutlicht, dass werbliche Körperinszenierungen auf einem bewussten Sichtbarmachen und Betonen von Gender basieren und sich am „Leitbild Jugendlichkeit“ orientieren. Der „Gefahr des weiblichen Existenzverlustes“, sprich des Schönheitsverlustes, wird die Machbarkeit von Jugendlichkeit durch Körpermodifikationen entgegengesetzt, um den sichtbaren Alterungsprozess aufzuhalten.

Für die Autorin führt die Beschäftigung mit vorliegenden inhaltsanalytischen Untersuchungen zu älteren Menschen in der Werbung zu allen Zeiten zu zwei wesentlichen Ergebnissen, die sich auch mit ihren empirischen Befunden decken: Ältere Menschen erscheinen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung unterrepräsentiert in werblichen Inszenierungen und wenn sie als WerbeprotagonistInnen zum Einsatz kommen, handelt es sich in der Mehrzahl um Repräsentanten des männlichen Geschlechts. In der Auseinandersetzung mit der neuen Inszenierungsart des Alters, die auf

dem Grundgedanken basiert, eine Erhöhung der Akzeptanz älterer Menschen, insbesondere auch von Frauen, aber auch eine Erweiterung von Alter und Schönheit zu erzielen, entdeckt Derra eine zögerliche Hinwendung zu älteren ProtagonistInnen in der Werbewelt.

Diesen Ansatz für eine Abkehr vom Jugendwahn in werblichen Inszenierungen kann sie allerdings in ihrer eigenen umfangreichen inhaltsanalytischen Untersuchung von Werbeanzeigen in Publikumszeitschriften der Jahre 2004–2006, in der sie sowohl qualitativ als auch quantitativ vorgeht, nicht bestätigen. Sie kommt vielmehr zu dem Ergebnis, dass Altern in der Werbung nicht sichtbar werden darf und dass die Werbewelt suggeriert, „dass das Ideal des schönen Aussehens für alle erlangbar ist“ (S. 387). Die Werbebranche offeriert die immerwährende Jugendlichkeit des Körpers als alleinige Akzeptanzebene. Dieser nicht unwesentliche Befund über die Darstellung alter Körper in der Werbewirtschaft verlangt aber meines Erachtens auch eine theoretische Einbettung in die neoliberale Konsumkultur und ihre Versubjektivierungsweisen, die hier außer Acht gelassen wird.

In einer zweiten, großangelegten quantitativen Online-Befragung mit medien-affinen Frauen und Männern (auch sie sind zunehmend einem eigenen Schönheitsdiktat unterworfen), geht sie von der Annahme aus, dass eine Verbindung zwischen dem Bild vom Alter, der Einstellung zum Älterwerden und körperlicher Alterserscheinungen existiert. Ein zentrales Ergebnis verweist auf die Bedeutung des Körpers im Prozess des Älterwerdens, der als entscheidender Faktor bei der Einstellung zum Alter(n) fungiert, und unterstreicht damit auch die theoretische Notwendigkeit der Körperdimension, weil Altern ohne Körper weder denk- noch vorstellbar ist.

In ihrem Ausblick greift Derra dann noch die Überlegung auf, inwieweit die Inszenierung von (jugendlicher) Schönheit irgendwann zum „abgenutzten“ Bild verkommen könnte, dem die Werbekommunikation, die immer auch als Realitätsangebot zu verstehen ist, keine Aufmerksamkeit mehr schenken will. Bewegen wir uns dann von der Welt des Perfekt-Makellosen hin in Richtung Naturbelassenheit des Aussehens? Würde uns dann der Trend zur Natürlichkeit in Ruhe altern lassen? Die Autorin sieht in der Nicht-Gleichsetzung von Jugendlichkeit und Schönheit

die Möglichkeit einer Neudefinition und zugleich einer Anpassung an „die schöne alte Gesellschaft“. Aber liegt in dieser durchaus wünschbaren Nicht-Gleichsetzung nicht wiederum die Gefahr des alten Dualismus von Natur und Kultur?

Derra liefert uns mit diesem umfangreichen Werk, das viele detaillierte Untersuchungsergebnisse aufweist, eine seriöse Grundlage zu vergeschlechtlichten Altersinszenierungen in der Werbewelt, die einer vorschnell diagnostizierten Trendwende entgegengehalten werden kann. Ihre Theoriekapitel zu Alters- und Körperansätzen schaffen einen guten Ein- und Überblick in zentrale Diskurse und Studien, wenn auch der Zitate- und Quellenreichtum – so gleichen manche Absätze eher einer Bibliographie – irritierend wirken kann. Ist doch hinter dieser großen Ansammlung von Quellenverweisen oftmals der eigene Standpunkt nicht erkennbar und lässt zudem an manchen Textstellen eine tiefer gehende theoretische Betrachtung vermissen. Verwunderlich ist auch, dass eine Auseinandersetzung mit der Werbewirtschaft ohne eine kritische Analyse der neoliberalen Konsumkultur auskommen muss.

Irmtraud Voglmayr, Wien

REINHARD CHRISTL: *Ist der Journalismus am Ende? Ideen zur Rettung unserer Medien*. Wien: Falter Verlag 2012, 104 Seiten.

„Innvierteler Monatsblatt“ eingestellt“; „2011: Ärmelaufkrepeln gilt für Journalisten und Verleger“; „Mehr Klarheit und Ordnung im Hause Styria“; „Styria: Synergien gesucht“; „KTZ in Bedrängnis“; „Ohne Geld ka Musi“; „Bei der Presse ist es soweit“; „Gut – besser – Kurier“; „Fünf Millionen als Sparziel: Elf Journalisten müssen weg“; „Den Stecker gezogen“; „Auch lachsfarbenes Großformat spürt die Krise immer stärker“; „Insolvenzantrag gestellt“; „Zweite Sparwelle seit Anfang 2011“; „Holzen im Blätterwald“.

Angesichts der – zugegeben – willkürlich herangezogenen Überschriften aus zwei österreichischen Fachmagazinen scheint erstens die Frage des Buches taxfrei mit „Ja“ beantwortbar und stellt sich zweitens die Frage, ob denn der Autor (bei Erscheinen des Buches noch Leiter des *Instituts für Journalismus & Medienmanagement* der FH Wien und mittlerweile Leiter des Bereichs

Medienwirtschaft und des Studiengangs *Medienmanagement* der FH St. Pölten) denn zu retten ist.

„Seit Jahren gefällt sich die Medienbranche darin, ihren eigenen Untergang herbeizureden und herbeizuschreiben. Die österreichische ist darin besonders virtuos. Ich glaube nicht an diesen Untergang. Ich bin überzeugt, dass die allseits beschworene Medienkrise zu einem großen Teil eine eingebildete ist. Dass die Medien besser sind als ihr Ruf und dass seriöser Journalismus eine große Zukunft hat. Deshalb habe ich dieses kleine Buch geschrieben.“

(S. 9)

Aha, ist man im ersten Moment geneigt zu replizieren und gleich auf einige Fakten, wie die von 2011 auf 2012 von 12,3 auf 10,8 Millionen, das ist ein Minus von etwas mehr als 12 Prozent, massiv gekürzte Presseförderung des Bundes zu verweisen und – apropos „seriöser Journalismus“ – die (formulieren wir es zurückhaltend) signifikante Tendenz der öffentlichen Hand, den Boulevard mittels Inseratevergaben zu „füttern“, entgegen zu halten.

Das in neun Kapitel gegliederte Buch plädiert im ersten Kapitel „für mehr Optimismus und gegen das systematische Krankjammern der gesamten Medienbranche“ und bietet in den „anderen acht Kapiteln Lösungen an, wie der Journalismus und die Medienbranche aus ihrer Kollektivdepression herausfinden.“ (S. 9)

Das „Optimismus“-Kapitel geht davon aus, dass erstens „viele Verlage hervorragende Gewinne“ machen und zweitens „es mehr Qualitätsmedien denn je“ (S. 17) gebe.

„Aber wer sein Produkt immer nur schlecht-redet, der darf sich nicht wundern, wenn die Kunden [...] dieser Rede irgendwann Glauben schenken – und das Produkt nicht mehr kaufen.“

(S. 18)

Sofern es die „Therapie“ betrifft, bietet Christl ein wahres Bündel an, um die „völlig absurden Rendite-Erwartungen“ von „immer mehr Verlagen“ (S. 24) und „die Macht“ der „Erbsenzähler“, gemeint sind „die Heerscharen von fantasielosen Controllern“ (S. 27), zu bändigen. Als da wären: ein Mix aus „Journalisten“ und „guten Marketingleuten“, die „in den Verlagen wieder [...] die Führung übernehmen“ (S. 27) müssten; ein auf Mäzenatentum basiertes Finanzierungsmodell nach US-amerikanischem Vorbild (Kapitel 3); ein

werbefreier, staatlich finanzierter ORF (Kapitel 4 und 5), eine gegenseitige Kompetenzverschränkung zwischen Politik- und Wirtschaftsjournalisten (Kapitel 6) sowie „eine groß angelegte und generationenübergreifende Medien-Alphabetisierungskampagne.“ (S. 77)

Christls „kleines Buch“ (S. 72) ist sehr flüssig, wenig aufgeregt, gegen die Mainstream-Medien-Apokalypse gerichtet und pointiert geschrieben, wobei der Fokus auf den Qualitätsmedien liegt. Bei einigen seiner „Therapievorschlägen“ bedarf es wohl eines Übermaßes an Optimismus, um eine realistische Chance auf Verwirklichung erblicken zu können. Das soll an drei Punkten (Mäzenatentum, ORF-Finanzierung und Medienbildung) festgemacht werden. Beispielsweise die Finanzierung durch Mäzene. Dieses Modell scheint in den USA zumindest partiell zu funktionieren, Mäzenatentum in Österreich bedeutet in Realität durch die Bank Vermögensschonung via Stiftungskonstruktionen.

„Die ORF-Finanzierung ist absurd und ungerecht. [...] Der Vorschlag lautet: Man schaffe die Rundfunkgebühren ersatzlos ab und finanziere den ORF aus dem allgemeinen Staatshaushalt, sprich aus Steuermitteln. [...] Um dem Einwand zu begegnen, durch die direkte Steuerfinanzierung würde der ORF noch stärker als bisher von der Politik und der Regierung abhängig, garantiere man diese Finanzierung via Verfassungsgesetz für (mindestens) zwanzig Jahre.“

(S. 41)

Diese Finanzierungsform hätte nach Christl unter anderen den Vorteil, dass „der ORF unabhängiger von der Politik würde.“ (S. 41f)

Im Schlusskapitel des Buches (S. 93-100) formuliert Christl „fromme Wünsche“ (S. 91) – die staatliche Finanzierung des ORF verknüpft mit einem Totalrückzug der Politik aus dem ORF ist wohl der frömmste von allen. Tatsächlich würde ein solcher wohl nur dann eintreten, wenn der ORF einen Totalcrash wie die Verstaatlichte Industrie in den 1980ern hinlegen würde (wofür aus Sicht des Rezensenten zumindest mittelfristig einiges spricht). Von Gerd Bacher wird das Bonmot kolportiert, es interessiere die Politiker nicht, wie es dem ORF geht, sondern bloß wie es ihnen im ORF geht – daran hat sich bis heute nichts geändert und sie werden den Teufel tun, den ORF aus dem Würgegriff (man denke hierbei an den politischen Tauschgeschäftsbazar bei Wahlen des

jeweiligen ORF-Generaldirektors) zu entlassen. Der „richtige Umgang mit Medien“ müsse „in der Schule zu einem zentralen Thema werden.“ (S. 77) Dem ist absolut zuzustimmen. Nur wie, solange sich die ressortzuständige Ministerin bei kleinsten Änderungen des Lehrerdienstrechts von der Gewerkschaft (was als Klientelvertretung deren Recht ist) am Nasenring durch die Medien- und Politikarena ziehen lässt, und die Lieblingswörter der Lehrerschaft Überforderung und Burn-out sind?

Bleibt somit resümierend festzuhalten: Das Buch ist keineswegs ein großer Wurf und reißt brennende Themen, nicht zuletzt die Funktion von finanziell funktionierenden Medien in einer Demokratie, zumeist nur an – die Lektüre lohnt (nicht zuletzt ob der optimistischen Grundtönung) allemal, sofern man drei Stunden und 20 Euro entbehren kann.

Heinz P. Wassermann, Graz

Empfehlung



Herbert von Halem Verlag

JOURNALISTISCHE PERSÖNLICHKEIT

Fall und Aufstieg
eines Phänomens.
Wolfgang Duchkowitsch,
Fritz Hausjell, Horst Pöttker,
Bernd Semrad (Hrsg.)

ÖFFENTLICHKEIT UND GESCHICHTE · HERBERT VON HALEM VERLAG

WOLFGANG DUCHKOWITSCH / FRITZ HAUSJELL /
HORST PÖTTKER / BERND SEMRAD (Hrsg.)

Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens

Öffentlichkeit und Geschichte, 3

2009, 488 S., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-938258-82-8

Anlässlich der Emeritierung von Wolfgang R. Langenbacher (Wien) wurde im Oktober 2006 den Wechselbeziehungen zwischen Journalismus, Person und Werk nachgespürt. Davon ausgehend kommen in diesem Sammelband Autorinnen und Autoren aus Wissenschaft und journalistischer Praxis zu Wort, um den Stellenwert von Persönlichkeit im Journalismus, den Werkcharakter von journalistischen Leistungen sowie deren Kanonisierung zu erörtern.

»Journalismus« wird in diesem Band als spezifische Kulturleistung verstanden.

Entgegen der herrschenden Lehre erlangen dann (wieder) Personen und ihre Biografie wissenschaftliches Interesse. Dabei gilt es auch journalistische Werke als solche (wieder) zu entdecken, die alles andere als tagesgebunden sind und die deshalb nicht einfach der Literatur (und ihrer Wissenschaft) zugeordnet werden sollten.

So mag das Postulat von Max Weber aus dem Jahre 1919 eingelöst werden, dass »eine wirklich gute journalistische Leistung mindestens so viel »Geist« beansprucht wie beispielsweise irgendeine Gelehrtenleistung«, damit unterschieden werden kann von den täglichen Mediendiensteleistungen – Journalismus stellt einen stabilen Eigenwert moderner Gesellschaften dar.

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

Bei Unzustellbarkeit
bitte zurück an:

medien & zeit

Währinger Straße 29
A-1090 Wien

Erscheinungsort Wien,
Verlagspostamt 1180 Wien,
2. Aufgabepostamt 1010 Wien